



MILES

MIL and PRE-BUNKING Approaches for Critical Thinking in the Education Sector

D2.1 - MIL & Debunking: ficha de dados, necessidades, boas práticas

WP2 - Mapeamento dos recursos existentes e desenvolvimento de materiais de formação



Abordagens MIL e PRE-BUNKING para o pensamento crítico no sector da educação

ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD - [ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD-LOT1]

Project Number: 101132716

D2.1 - MIL & Debunking: ficha de dados, necessidades, boas práticas

WP2 - Mapeamento dos recursos existentes e desenvolvimento de materiais de formação

Informações sobre o projeto

Acrónimo do projeto:	MILES
Título do projeto:	MILES - MIL e PRE- Abordagens BUNKING para o pensamento crítico no sector da educação
Chamar:	[ERASMUS-EDU-2023-PI- FORWARD] - [ERASMUS-EDU- 2023- PI-FORWARD-LOT1]
Número do projeto:	101132716
Parceiro autor:	OLAE- Portugal
Data de preparação:	março de 2024

Índice

1.	4	
1.1	Resumo do projeto	4
1.2	Resumo do relatório j	6
2.	8	
2.1	8	
2.2	14	
1)	Estatísticas sobre a MIL e a literacia de dados:	18
2)	Tendências actuais	20
3)	Obstáculos e oportunidades	22
2.3	Práticas prometedoras	24
3.	38	
3.1	Entrevistas	38
3.1.1	Amostragem	39
3.1.2	Conceção da entrevista	40
3.1.3	Considerações éticas	41
4.	41	
4.1	Partes interessadas	43
4.2	Decisores políticos	47
	Espaço aberto para ideias, citações, observações, etc.	50
4.3	Actores que trabalham no meio escolar	51
3.2.1	Amostragem, conceção dos questionários e recolha de dados	55
5.	Resultados analíticos dos questionários	56
5.1	Passar da dimensão nacional à dimensão transnacional	56
5.2	Comparação	58
5.3	Padrões de consumo de notícias	60
5.4	Percepções das notícias falsas	60
5.5	Necessidades educativas e melhores práticas	60
5.6	Ideias-chave	61
5.7.	62	
5.8	Exposição a fontes de notícias	67
5.9	Percepção e impacto das notícias falsas	76
5.10	Comportamento de procura de informação	82
5.11	Literacia e educação para os media	84
5.12	Conclusões do questionário aos estudantes	88



Co-funded by
the European Union



<i>Desafios e direcções futuras</i>	106
<i>Recomendações e conclusões</i>	112
<i>Referências</i>	116
<i>Anexo 1 - Lista das pessoas envolvidas na fase de entrevista e respetivo perfil</i>	125
<i>Anexo 2 - Modelo de entrevista</i>	133
<i>Anexo 3 - Questionários dirigidos aos adultos</i>	135
<i>Anexo 4 - Questionário dirigido aos jovens</i>	140

1. Introdução

1.1 Resumo do projeto

O projeto **MILES - MIL and PRE-BUNKING approaches for Critical thinking in the education sector** é uma iniciativa de cooperação financiada pelo programa Erasmus+ entre 11 parceiros de 10 países da União Europeia. O objetivo do projeto é enfrentar os desafios crescentes da desinformação e da manipulação digital que têm um impacto direto no sector da educação e na formação de cidadãos informados e críticos. Numa era em que a informação circula rapidamente e é acedida por qualquer pessoa, muitas vezes sem verificar as fontes, a promoção da literacia mediática, do pré-bunking e da literacia de dados torna-se um imperativo. Através destas abordagens, o projeto MILES pretende formar professores e futuros educadores para serem agentes de transformação, equipados para reforçar a resiliência contra a desinformação e cultivar o pensamento crítico na sala de aula e na sociedade.

Os principais objectivos do MILES são:

- Desenvolver e implementar programas de formação para professores e futuros educadores em literacia mediática, pré-bunking e literacia de dados, abrangendo dois níveis de formação: Formação Inicial de Professores (ITE) e Desenvolvimento Profissional Contínuo (CPD).
- Formar professores e educadores para se tornarem multiplicadores de práticas de pensamento crítico, criando uma rede de educadores preparados para aplicar e divulgar metodologias inovadoras nas suas práticas quotidianas.
- Integrar métodos de pré-bunking e de literacia de dados no currículo escolar, formando professores para desenvolverem ferramentas pedagógicas e organizarem workshops que envolvam os alunos na identificação e análise crítica de informações falsas e enganosas.
- Envolver as famílias e as comunidades educativas em actividades de literacia digital, utilizando recursos como jogos de tabuleiro desenvolvidos por estudantes para sensibilizar para os perigos da desinformação e promover uma cultura de pensamento crítico para além do ambiente escolar.
- Criar um impacto duradouro e sustentável na educação digital europeia, envolvendo os decisores políticos e as partes interessadas do sector da educação para garantir a continuidade e a replicabilidade das metodologias desenvolvidas.

O projeto visa implementar programas de formação sólidos, abrangendo aspectos essenciais da literacia digital e crítica, tanto para educadores principiantes como para educadores experientes. A formação ao nível da ITE permitirá que os professores em início de carreira desenvolvam as competências necessárias para incorporar práticas pedagógicas críticas e digitalmente conscientes desde o início do seu trabalho. Este nível de formação é essencial, uma vez que a maioria dos professores ainda não possui as competências necessárias para enfrentar os desafios de um ambiente digital saturado de desinformação. Ao do CPD, destinado a educadores mais experientes, o projeto procurará melhorar e atualizar as suas competências, oferecendo abordagens práticas para combater a desinformação e promover uma cultura crítica na sala de aula. Com isto, o MILES formar um total de 180 professores, distribuídos pelos dois tipos de formação.

Para além da formação, o MILES está empenhado em desenvolver ferramentas pedagógicas para que os professores possam multiplicar o impacto dos conceitos aprendidos. Os professores que concluírem a formação ao nível do CPD o papel fundamental de co-criar uma "caixa de ferramentas" educativa cheia de actividades práticas para encorajar os alunos a identificar e resistir à desinformação antes que esta cause impactos nocivos, um processo conhecido como pre-bunking.



Inspirado no conceito de vacinação psicológica, o pre-bunking expõe os alunos a pequenas doses de desinformação em um ambiente controlado para que eles possam desenvolver imunidade contra conteúdos falsos em situações reais. Por meio de oficinas em sala de aula, cerca de 540 alunos serão diretamente impactados e terão a oportunidade de aplicar os conceitos aprendidos, promovendo o pensamento crítico em sua rotina escolar. O projeto tem também uma forte componente de envolvimento da família e da comunidade. Para integrar a comunidade educativa, o MILES desenvolverá um jogo de tabuleiro educativo, que permitirá aos alunos aplicar e partilhar os seus conhecimentos sobre desinformação com as suas famílias. Esta atividade será realizada em oficinas específicas para as famílias, com o objetivo de sensibilizar para riscos da desinformação e promover uma cultura de análise crítica para além dos muros da escola. Cerca de 270 pais e encarregados de educação serão envolvidos nestas oficinas, que contribuirão para criar um ambiente comunitário onde o pensamento crítico é incentivado, reforçando os laços entre a escola e a família.

O impacto esperado do MILES é significativo e profundo, com o objetivo não só de transformar a prática pedagógica no contexto digital, mas também de fortalecer a sociedade europeia como um todo. A curto prazo, espera-se que o projeto melhore a capacidade dos professores de lidar com a desinformação e capacite os alunos a desenvolver competências críticas que serão aplicadas no ambiente digital. A médio e longo prazo, o MILES pretende contribuir para a construção de uma sociedade mais resiliente e consciente dos perigos da manipulação digital, ao mesmo tempo que promove a continuidade da aprendizagem digital crítica através do envolvimento das partes interessadas e dos decisores políticos. Ao promover diretrizes e práticas promissoras a nível local, nacional e europeu, o MILES pretende estabelecer um legado de inovação educacional que possa ser replicado e sustentado em diferentes contextos educacionais. Esta disseminação e integração das metodologias desenvolvidas no projeto tem o potencial de inspirar mudanças políticas a longo prazo, ajudando a criar um sistema educativo europeu que valorize e cultive o pensamento crítico, a literacia digital e a resistência à desinformação, contribuindo assim para uma democracia mais robusta e informada.

A parceria MILES é composta pelos seguintes parceiros:

- Coordenador: [Centro per lo Sviluppo Creativo Danilo Dolci](#) (Itália)
- [OLAE](#) - Associação de Investigação Observatório Lusófono de Actividades Económicas (Portugal)
- [Aproximar](#) - Cooperativa de Solidariedade Social (Portugal)
- [ALSDGC](#) - Asociatia Lectura si Scrierea pentru Dezvoltarea Gandirii Critice (Roménia)
- [Bupnet](#) - Alemanha
- [KMOP](#) - Centro de Educação (Grécia)
- [VAI!](#) - Bélgica
- [Cardet](#) - Centro para o Avanço da Investigação e Desenvolvimento em Tecnologia Educativa (Chipre)
- [die Berater](#) - Áustria
- [Atermon](#) - Países Baixos
- [Danmar](#) Computers - Polónia

1.2 Resumo do relatório j

Este relatório é baseado nos relatórios dos parceiros europeus, que realizaram entrevistas, pesquisas documentais e pesquisas online em uma fase inicial de pesquisa para explorar a situação atual da AMI em seus países, identificando as principais tendências, necessidades de aprendizagem e práticas inspiradoras a serem tomadas como referência nas próximas etapas do projeto. Os países parceiros nos quais a pesquisa foi realizada são os seguintes: **Itália; Portugal; Roménia; Alemanha; Grécia; Bélgica; Chipre; Áustria; Países Baixos; e Polónia.**

Este relatório, especificamente, é o resultado das seguintes acções realizadas:

- Uma investigação documental por país sobre o contexto nacional, revisão da literatura e 5 boas práticas promissoras sobre os tópicos do projeto.
- Entrevistas a 5 decisores políticos, 5 actores que trabalham no ambiente escolar e 2 partes interessadas por país, num total de **124 pessoas.**
- 100 inquéritos por país, dirigidos a 70 adultos (especialmente professores) e 30 estudantes/jovens, atingindo **1159 pessoas** no total.

De seguida, são apresentados os principais destaques dos resultados.

Os relatórios do projeto MILES sobre as entrevistas realizadas nos países parceiros destacaram desafios significativos e forneceram recomendações detalhadas para combater as notícias falsas e a desinformação. **Estes relatórios sublinham a importância de uma educação abrangente sobre a literacia mediática e a integração de competências de pensamento crítico no currículo escolar.**

Um dos principais desafios identificados nos relatórios é a **rápida evolução dos meios de comunicação social e a crescente sofisticação das táticas de desinformação.** Os educadores e decisores políticos estão particularmente preocupados com a "infodemia" - uma quantidade avassaladora de informação, incluindo conteúdos falsos e enganadores, que torna difícil para as pessoas discernir fontes credíveis. Este desafio é exacerbado pelos elevados níveis de envolvimento em plataformas de redes sociais entre os jovens, que são frequentemente os mais vulneráveis à desinformação devido à sua dependência destas plataformas para obter notícias.

Outra questão importante é a **falta de desenvolvimento profissional contínuo para os educadores.** Os professores precisam de formação contínua para se manterem actualizados com mais recentes ferramentas e estratégias digitais para combater a desinformação. Os relatórios sublinham a importância de investir em programas de formação de professores centrados na literacia mediática, incluindo a inteligência artificial e a literacia algorítmica, para dotar os educadores das competências necessárias para orientar eficazmente os alunos.

Os relatórios também sublinham a **necessidade de envolvimento da comunidade e de esforços de colaboração.** Envolver os pais, as comunidades locais e as organizações dos meios de comunicação social em iniciativas de literacia mediática é crucial para criar uma abordagem abrangente para combater a desinformação. Os projectos baseados na comunidade e as parcerias entre escolas e organizações dos meios de comunicação social podem ser práticos,

experiências do mundo real para os estudantes e promover uma compreensão mais ampla do panorama dos media.

Em termos de **práticas promissoras**, foram destacadas várias iniciativas. Por exemplo, o News Literacy Project em Londres e a iniciativa Segura Net da Direção-Geral da Educação de Portugal são exemplos notáveis de programas eficazes de literacia mediática. Estas iniciativas fornecem recursos e enquadramentos valiosos para educadores e alunos desenvolverem competências críticas de literacia mediática. Além disso, livros como "Gosto, logo existo" têm sido recomendados pelo seu valor educativo na abordagem de tópicos de literacia mediática.

As **recomendações políticas** dos relatórios incluem a **integração da literacia mediática em todas as disciplinas educativas, a partir de uma idade precoce**. O desenvolvimento de competências de pensamento crítico e a promoção da tolerância e da diversidade são considerados componentes essenciais de uma sólida educação para a literacia mediática. Apela-se também a um maior rigor jornalístico e a mecanismos de verificação dos factos para garantir a credibilidade da informação divulgada ao público.

Os relatórios sugerem **que as estratégias nacionais devem ser alinhadas com os quadros europeus**, dada a natureza transfronteiriça da desinformação. No entanto, os relatórios sublinham a necessidade de estas estratégias serem específicas para cada contexto, reconhecendo as diferentes origens dos estudantes e os diferentes impactos da desinformação.

As abordagens tecnológicas, legislativas e educativas devem ser integradas para enfrentar eficazmente os desafios colocados pelas notícias falsas e pela desinformação. Os relatórios recomendam o aproveitamento da tecnologia para desenvolver ferramentas de deteção e combate à desinformação, a aplicação de medidas legislativas para regular a propagação de informações falsas e a promoção de estratégias educativas abrangentes para criar resiliência contra a desinformação.

Em conclusão, os relatórios do projeto MILES defendem uma **abordagem multifacetada para combater as notícias falsas e a desinformação**. De facto, as notícias falsas e a desinformação são conceitos relacionados, mas não são exatamente a mesma coisa.

Notícias falsas

O termo refere-se geralmente a artigos noticiosos ou conteúdos dos meios de comunicação social que contêm intencionalmente informações falsas, fabricadas para parecerem notícias legítimas. Estes artigos têm frequentemente como objetivo enganar os leitores, levando-os a acreditar em algo que não é verdade. As notícias falsas podem ser difundidas com diferentes motivações, como influenciar opiniões, atrair cliques (clickbait) ou gerar indignação, mas nem sempre com uma forte intenção de manipular.



Desinformação

Trata-se de informações falsas divulgadas deliberadamente com o objetivo de enganar ou manipular as pessoas. Trata-se de um conceito mais amplo que inclui não só as notícias falsas, mas também outras táticas como imagens manipuladas, vídeos deepfake e propaganda. A desinformação é frequentemente utilizada para influenciar a opinião pública, desacreditar indivíduos ou grupos, ou mesmo desestabilizar estruturas políticas ou sociais.

Ambas são problemáticas, mas a desinformação envolve normalmente uma intenção mais estratégica e muitas vezes maliciosa, enquanto as notícias falsas podem, por vezes, ser menos direcionadas ou mesmo espalhadas involuntariamente por pessoas que acreditam que são verdadeiras. Isto inclui o reforço da educação para a literacia mediática, o desenvolvimento profissional contínuo dos educadores, o envolvimento da comunidade e quadros políticos sólidos. Ao adotar estas estratégias, os países podem construir uma sociedade bem informada e com pensamento crítico, capaz de navegar nas complexidades do panorama informativo moderno.

2. Pesquisa documental

2.1 Revisão da literatura

O projeto MILES apresenta relatórios sobre notícias falsas e desinformação de vários países parceiros e fornece uma revisão abrangente da literatura que investiga os desafios multifacetados e as estratégias de combate à desinformação. A literatura analisada nestes relatórios destaca **a rápida evolução dos media digitais e o seu profundo impacto na disseminação de informações falsas**. Os académicos e os especialistas concordam que o aumento das plataformas de redes sociais ampliou significativamente o alcance e a velocidade a que a desinformação se espalha, criando um ambiente complexo para os indivíduos navegarem.

Para realizar esta investigação documental, analisámos informações e referências não dos países da União Europeia, mas também de alguns estudos sobre estes temas realizados em países fora da UE e de experiências no estrangeiro.

Um tema recorrente na literatura é o conceito de "**infodemia**", que se refere à quantidade esmagadora de informações, tanto verdadeiras como falsas, com que as pessoas se deparam diariamente. Este fenómeno complica a capacidade de distinguir entre fontes credíveis e não credíveis. Os estudos sublinham que os jovens, que são grandes utilizadores das redes sociais, são particularmente susceptíveis à desinformação. Os estudos realizados nos Estados Unidos, por exemplo, indicam que os adolescentes e os jovens adultos são frequentemente expostos a desinformação em plataformas como o Facebook e o Instagram. Do mesmo modo, estudos realizados no Reino Unido mostraram que as competências de literacia digital dos jovens são insuficientes para navegar eficazmente nas

complexo panorama da informação em linha. Vários estudos realizados nos Estados Unidos e no Reino Unido sublinharam a **suscetibilidade dos jovens à desinformação e a necessidade de melhorar as competências em matéria de literacia digital para navegar na informação em linha**. Para dar alguns exemplos, gostaríamos de realçar os seguintes estudos dos EUA: O Pew Research Center refere que os jovens americanos estão entre os utilizadores mais frequentes das plataformas de redes sociais, como o Facebook, o Instagram e o Twitter, onde encontram vários tipos de desinformação. Os estudos do Pew mostraram que as redes sociais são a principal fonte de notícias para muitos jovens adultos, o que aumenta a sua exposição a informações potencialmente enganosas ou falsas.

O Stanford History Education Group (SHEG) descobriu que os estudantes do ensino básico, secundário e superior nos EUA têm frequentemente dificuldade em avaliar a credibilidade da informação em linha. O seu estudo, "Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning" revelou que os jovens frequentemente não conseguem distinguir entre fontes credíveis e informações não fiáveis nas redes sociais.

Do Reino Unido, é importante destacar os seguintes estudos: Ofcom (2021) (o regulador das comunicações do Reino Unido) publica um relatório anual sobre "Children and Parents: Media Use and Attitudes", que indica que as crianças e os jovens adultos estão cada vez mais dependentes das redes sociais para obterem notícias e informações, mas muitas vezes não têm competências para avaliar criticamente a sua exatidão. Este relatório sublinha as preocupações com a literacia digital e a possibilidade de os jovens serem induzidos em erro pela desinformação em linha.

O National Literacy Trust (2018) realizou um estudo que mostra que os jovens no Reino Unido precisam de melhores competências de literacia digital para navegarem em segurança no panorama digital. O seu relatório, "Fake News and Critical Literacy", sublinha que um número significativo de jovens não tem competências para identificar informações falsas em linha, o que os torna vulneráveis à desinformação.

A literatura sublinha a necessidade de melhorar a literacia mediática para dotar os indivíduos das competências de pensamento crítico necessárias para avaliar as grandes quantidades de informação que consomem. Os investigadores defendem que a literacia mediática deve ser uma componente essencial da educação desde a mais tenra idade, ajudando os alunos a desenvolver as competências necessárias para avaliar criticamente a informação. Esta abordagem educativa é apoiada por várias iniciativas e enquadramentos, como o Plano Nacional de Literacia Mediática e a Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania em Portugal, que servem de documentos orientadores para a implementação da literacia mediática nos diferentes níveis de ensino. Esforços comparáveis em países como a Finlândia, que integrou a literacia mediática no seu currículo nacional, demonstram a eficácia de tais abordagens na promoção do pensamento crítico e da resistência à desinformação. A UNESCO destacou a Finlândia como um exemplo de liderança na educação para a literacia mediática. Os relatórios sobre a literacia mediática e da informação referem frequentemente a integração da literacia mediática no currículo da Finlândia e o seu sucesso na promoção do pensamento crítico entre os estudantes.

A Agência Nacional de Educação finlandesa tem informações pormenorizadas sobre a integração da literacia mediática no currículo nacional finlandês, salientando a forma como estas iniciativas promovem o pensamento crítico e protegem os alunos contra a desinformação.

A formação de professores é outra área crítica destacada na literatura. A necessidade de desenvolvimento profissional contínuo para os educadores é um tema consistente, com estudos que indicam que os professores precisam de formação contínua para se manterem actualizados com as mais recentes ferramentas e estratégias digitais para combater a desinformação. A literatura sugere que os programas eficazes de formação de professores devem incluir componentes sobre inteligência artificial e literacia algorítmica, uma vez que estas áreas são cada vez mais relevantes no contexto dos meios de comunicação digitais e da desinformação. No Canadá, por exemplo, os programas de formação de professores incorporaram módulos de literacia digital e pensamento crítico para preparar melhor os educadores para os desafios colocados pela desinformação.

O envolvimento da comunidade e os esforços de colaboração também são proeminentes na literatura. Os investigadores defendem o envolvimento dos pais, das comunidades locais e das organizações mediáticas nas iniciativas de literacia mediática, a fim de criar uma abordagem abrangente para combater a desinformação. Os estudos mostram que os projectos baseados na comunidade e as parcerias entre escolas e organizações mediáticas podem proporcionar experiências práticas e reais aos alunos e promover uma compreensão mais ampla do panorama mediático. Exemplos da Austrália destacam iniciativas comunitárias bem sucedidas que reúnem escolas, pais e meios de comunicação locais para educar o público sobre os perigos da desinformação e a importância de um consumo crítico dos media.

A literatura destaca várias práticas promissoras, incluindo iniciativas como o *News Literacy Project* em Londres e o *programa Segura Net* da Direção-Geral da Educação de Portugal. Estes programas são citados pela sua eficácia em fornecer recursos e enquadramentos valiosos para educadores e estudantes desenvolverem competências críticas de literacia mediática. Além disso, materiais educativos como o livro "*Gosto, logo existo*" são recomendados pelo Ministério da Educação português, pelo seu papel na abordagem de tópicos de literacia mediática de uma forma cativante. Programas semelhantes na Suécia, como a iniciativa "*Literacia dos Média e da Informação*", oferecem recursos e formação abrangentes para ajudar os educadores e os alunos a navegar no panorama dos média digitais.

A literatura também discute **o papel da tecnologia e das medidas legislativas** no combate à desinformação. Os estudos identificados nas linhas que se seguem sublinham a necessidade de soluções tecnológicas para detetar e combater a desinformação, bem como de quadros legislativos para regular a difusão de informações falsas. A importância de mecanismos robustos de verificação de factos e de rigor jornalístico é repetidamente sublinhada, com os académicos a defenderem que estes elementos são cruciais para manter a credibilidade da informação divulgada ao público. Eis alguns exemplos de estudos e relatórios que sublinham a necessidade de soluções tecnológicas e de quadros legislativos para combater a desinformação:



- **Relatório da Comissão Europeia "Tackling Online Disinformation: A European Approach" (2018)** - Este relatório descreve a estratégia da União Europeia para combater a desinformação através de uma combinação de soluções tecnológicas, incluindo inteligência artificial e aprendizagem automática para moderação de conteúdos, e esforços legislativos para regular a propagação de informações falsas. O relatório defende um quadro regulamentar mais forte para garantir a responsabilização das plataformas digitais. Fonte: Comissão Europeia. (2018). "Combater a desinformação em linha: A European Approach".
- **"The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation" do Oxford Internet Institute** - Este estudo analisa o papel das ferramentas tecnológicas, como o software de deteção de bots, para identificar e atenuar as campanhas de desinformação. Destaca também a importância das políticas governamentais e da cooperação internacional na regulação das plataformas dos media sociais. Fonte: Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). "The Global Disinformation Order: Inventário global de 2019 da manipulação organizada das redes sociais". Oxford Internet Institute.
- **"Artificial Intelligence and the Fight Against Disinformation" do Centro de Excelência StratCom da NATO** - Este relatório analisa o papel das soluções baseadas em IA na deteção de notícias falsas, incluindo deepfakes, e a forma como a IA pode ser utilizada para melhorar os processos de verificação de factos. Abrange também a necessidade de quadros políticos sólidos para enfrentar os desafios éticos e regulamentares colocados pelas ferramentas baseadas em IA no combate à desinformação. Fonte: Centro de Excelência StratCom da NATO. (2020). "A inteligência artificial e a luta contra a desinformação".
- **"Disinformation and 'Fake News': Final Report" da Comissão do Digital, Cultura, Media e Desporto da Câmara dos Comuns do Reino Unido (2019)** - Este relatório sublinha a necessidade de um quadro jurídico para responsabilizar as plataformas das redes sociais pela propagação da desinformação. Também defende a inovação tecnológica para ajudar a detetar informações falsas e apela a uma regulamentação mais rigorosa da publicidade política nas plataformas digitais. Fonte: Comissão do Digital, Cultura, Media e Desporto da Câmara dos Comuns. (2019). "Desinformação e 'Fake News': Final Report".
- **"Journalism, 'Fake News' & Disinformation" da UNESCO: Handbook for Journalism Education and Training** - Embora centrado no jornalismo, este manual discute as abordagens tecnológicas e legislativas necessárias para combater a desinformação. Destaca o papel das ferramentas de deteção automática e sugere recomendações políticas para iniciativas de literacia mediática e digital. Fonte: UNESCO. (2018). "Jornalismo, 'Fake News' e Desinformação: Manual para o ensino e a formação em jornalismo".

Os estudos que se seguem sublinham o papel fundamental tanto da inovação tecnológica como das medidas regulamentares na criação de uma estratégia global para combater a propagação da desinformação.



- **Os esforços legislativos na Alemanha**, através da Lei de Aplicação da Rede, demonstram como os quadros regulamentares podem efetivamente visar a disseminação de notícias falsas nas plataformas de redes sociais. O Network Enforcement Act (Netzwerkdurchsetzungsgesetz ou NetzDG) da Alemanha, promulgado em 2017, é um exemplo proeminente de esforços legislativos destinados a combater a disseminação de notícias falsas e discursos de ódio nas plataformas de redes sociais. A lei foi concebida para garantir que as empresas de redes sociais, como o Facebook, o Twitter e o YouTube, sejam responsabilizadas pelo conteúdo partilhado nas suas plataformas, em especial quando se trata de material ilegal ao abrigo da legislação alemã, incluindo desinformação, discurso de ódio e incitamento à violência.
- Um dos documentos mais influentes na luta contra a desinformação na Europa é o "**Plano de Ação contra a Desinformação**" da Comissão Europeia (Comissão Europeia, 2018). Este plano delinea uma abordagem estratégica para melhorar as capacidades da UE na deteção, prevenção e resposta à desinformação. Sublinha a necessidade de respostas coordenadas entre os Estados-Membros e centra-se em quatro pilares fundamentais: melhorar a deteção, coordenar as respostas, mobilizar o sector privado e sensibilizar a sociedade.
- O "**Código de Práticas sobre Desinformação**" (Comissão Europeia, 2018) complementa o Plano de Ação, envolvendo as principais plataformas em linha e a indústria da publicidade luta contra a desinformação. Empresas como o Facebook, o Google e o Twitter comprometeram-se a adotar medidas como o reforço da transparência na publicidade política, a interrupção das receitas publicitárias de conteúdos enganosos e o combate às contas falsas e aos bots automatizados. Este código sublinha o papel fundamental da cooperação do sector na atenuação da propagação de informações falsas em linha.
- O **Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais (EDMO)**, criado pela Comissão Europeia, serve de plataforma central para verificadores de factos, investigadores académicos e outras partes interessadas. O EDMO facilita a partilha de boas práticas e promove a investigação em colaboração sobre a desinformação, desempenhando um papel fundamental na criação de uma resposta em rede em toda a Europa (EDMO, 2020). O observatório apoia os esforços para desmistificar as falsas narrativas e melhorar a literacia mediática, contribuindo para um ecossistema de informação mais resiliente.
- A comunidade académica tem dado contributos significativos para a compreensão e o combate à desinformação. O relatório "**A Multi-Dimensional Approach to Disinformation**" do Serviço de Investigação do Parlamento Europeu (EPRS, 2018) oferece uma análise aprofundada das origens, mecanismos e impactos da desinformação. Defende uma estratégia multifacetada que inclui medidas regulamentares, educação para a literacia mediática e inovação tecnológica. O relatório sublinha a complexidade da desinformação e a necessidade de soluções abrangentes.



- Autores Wardle e Derakhshan (2017) em seu estudo "**Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making**" fornecem uma base teórica para compreender os diferentes tipos de desinformação e os seus métodos de disseminação. O seu trabalho sublinha a importância da investigação interdisciplinar no desenvolvimento de contramedidas eficazes.
- Os Estados-Membros desenvolveram estratégias nacionais que se alinham com os quadros europeus mais amplos, cada um com abordagens e perspetivas únicas. A Finlândia, por exemplo, integrou a literacia mediática no seu currículo nacional desde tenra idade, com o objetivo de dotar os alunos de competências para avaliar criticamente a informação (Ministério da Educação e Cultura, Finlândia, 2018). Esta abordagem tem sido eficaz na promoção do pensamento crítico e da resiliência contra a desinformação.
- A iniciativa sueca "**Literacia mediática e da informação**" fornece recursos e formação abrangentes para educadores e estudantes, salientando a importância do pensamento crítico no combate à desinformação (Swedish Media Council, 2019). A iniciativa destaca o papel da educação na construção de uma sociedade capaz de navegar pelas complexidades do panorama da informação digital.
- **A Lei de Aplicação da Rede da Alemanha (NetzDG)** estabelece um precedente para a ação legislativa ao exigir que as plataformas de redes sociais removam conteúdos ilegais, incluindo discursos de ódio e notícias falsas, dentro de prazos específicos (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, 2017). Esta lei demonstra uma abordagem jurídica proactiva para responsabilizar as plataformas e garantir uma ação rápida contra conteúdos nocivos.
- As soluções tecnológicas são cruciais para detetar e combater a desinformação. Os esforços da União Europeia para desenvolver algoritmos e ferramentas avançadas para identificar notícias falsas estão bem documentados. O relatório do Centro Comum de Investigação "**Automated Detection of Disinformation**" (JRC, 2019) descreve o potencial da aprendizagem automática e da inteligência artificial na monitorização e análise de conteúdos em linha.
- Os quadros legislativos são também essenciais para regular a propagação de informações falsas. A resolução do Parlamento Europeu sobre "**As plataformas em linha e o mercado único digital**" (Parlamento Europeu, 2019) apela a medidas regulamentares mais rigorosas para garantir a transparência e a responsabilização das plataformas em linha. A resolução reflecte um consenso crescente sobre a necessidade de quadros jurídicos sólidos para complementar os esforços voluntários da indústria.

Materiais educativos como o "**Gosto, logo existo**" são recomendados pelo seu papel na abordagem de tópicos de literacia mediática de uma forma envolvente (Ramos, 2018). Estes materiais ajudam

os educadores introduzem conceitos complexos de uma forma acessível, promovendo um corpo discente mais informado e com pensamento crítico¹.

2.2 Contexto transnacional sobre literacia mediática e de dados

Na última década, **as notícias falsas e a desinformação tornaram-se questões críticas para a Europa**, ameaçando não só a integridade dos processos democráticos, mas também o tecido social das sociedades europeias. A crescente dependência das plataformas digitais para obter informações criou **novos desafios tanto para os cidadãos como para os governos**. As plataformas de redes sociais, embora ofereçam oportunidades de divulgação de informações e de estabelecimento de contactos, também se tornaram um terreno fértil para a propagação de conteúdos falsos e enganosos. As campanhas de desinformação, frequentemente conduzidas por actores estatais e não estatais, têm como objetivo influenciar a opinião pública, interferir nas eleições e semear a discórdia entre as populações. As nações europeias reconheceram a dimensão do problema e surgiram várias respostas, desde esforços regulamentares a campanhas de sensibilização do público. A União Europeia, em particular, tem desempenhado um papel fundamental na coordenação de acções entre os Estados-Membros, promovendo a colaboração e estabelecendo quadros regulamentares para combater a desinformação a nível europeu. A investigadora Claire Wardle, uma das principais especialistas em desinformação e co-fundadora da [First Draft](#), sublinha a natureza crítica desta questão: "A propagação da desinformação é um desafio fundamental para a democracia. Sem uma cidadania bem informada, a própria base da governação democrática está em risco" (Wardle, 2019). O trabalho de Wardle destaca a necessidade urgente de estratégias abrangentes para lidar com a disseminação de informações falsas na era digital. A escala das notícias falsas e da desinformação na Europa atingiu níveis sem precedentes nos últimos anos (Wardle, 2023). O fenómeno tem sido mais visível durante eventos políticos cruciais, eleições e referendos, e durante a pandemia de COVID-19. **As campanhas de desinformação** têm visado as eleições europeias, as medidas de saúde pública e até a legitimidade dos governos e das instituições. Estas campanhas utilizaram uma série de plataformas - sobretudo as redes sociais, mas também sítios Web, blogues e serviços de mensagens - para difundir rapidamente informações falsas. **Um dos exemplos mais proeminentes de desinformação na Europa** foi o referendo **sobre o Brexit** de 2016 no Reino Unido. A desinformação desempenhou um papel significativo na formação da opinião pública em ambos os lados do debate, com inúmeras alegações falsas sobre a União Europeia e as consequências da sua saída. Anúncios enganosos, publicações nas redes sociais e sítios Web divulgaram narrativas falsas que foram amplificadas por algoritmos concebidos para aumentar a participação dos utilizadores. O impacto desta campanha de desinformação foi profundo, uma vez que contribuiu para

¹ Algumas outras fontes muito interessantes são: Uma abordagem europeia da literacia mediática no ambiente digital; Literacia mediática para todos: Apoiar as competências para enfrentar a desordem da informação; Plano de ação para a educação digital 2021-2027 da Comissão Europeia. Outras referências que gostaríamos de destacar são: Krotz, F. (2011). Conectividade dos media: Concepts, Conditions, and Consequences. Wiesbaden: Springer VS; Köhler, M. (2017). Digital Communication and Democratic Participation. Wien: Springer; de Jong, W., & Hoebink, P. (2017). Media e Desenvolvimento: Issues and Challenges in Communication for Development. The Hague: KIT Publishers

a polarização da sociedade britânica e complicou o discurso político em torno do Brexit. O Professor Rasmus Kleis Nielsen, Diretor do Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo da Universidade de Oxford, salienta o impacto de tais campanhas: **"O referendo do Brexit foi um ponto de viragem na compreensão do papel da desinformação** para influenciar a opinião pública. Demonstrou a facilidade com que as narrativas falsas podem ser propagadas e o profundo impacto que podem ter nos processos políticos" (Nielsen, 2018).

A Europa Oriental também tem sido um alvo importante das campanhas de desinformação, em especial em países como a Hungria, a Polónia e a Ucrânia (EUnews, 2024). Ao mesmo tempo, a **pandemia de COVID-19 criou um terreno fértil para a desinformação em toda a Europa**, ao qual a Comissão Europeia respondeu com uma estratégia específica (ver "Comunicação Conjunta - Combater a desinformação sobre a COVID-19: apurar os factos", em 2020, e "Orientações da Comissão Europeia sobre o reforço do Código de Conduta sobre Desinformação", em 2021). A Dra. Divina Frau-Meigs, professora na Universidade Sorbonne Nouvelle e especialista em literacia mediática e da informação, destacou o papel das plataformas digitais na disseminação da desinformação relacionada com a saúde: "A pandemia mostrou-nos a rapidez com que a desinformação se pode espalhar nas redes sociais, especialmente em áreas como a saúde pública, onde as consequências podem ser terríveis. Temos de reforçar os nossos programas de literacia mediática para ajudar as pessoas a navegar neste complexo panorama de informação" (Frau-Meigs, 2020).

A propagação de notícias falsas e de desinformação não se limita aos domínios da política ou da saúde pública. **A desinformação também afecta áreas como a migração, a política ambiental e as questões sociais**, com narrativas falsas frequentemente concebidas para inflamar tensões e polarizar o debate público. Em países como a Espanha e a Itália, as campanhas de desinformação têm como alvo a imigração, enquadrando os migrantes como uma ameaça à segurança nacional e à identidade cultural. Estas narrativas, muitas vezes partilhadas por grupos de extrema-direita, contribuíram para o aumento do sentimento anti-imigração na Europa e tornaram mais difícil para os governos a implementação de políticas inclusivas. Dada a escala e a complexidade do problema, é evidente que **nenhuma abordagem isolada pode resolver totalmente a questão da desinformação. É necessária uma resposta multifacetada**, que envolva os governos, os meios de comunicação social, a sociedade civil e o sector privado.

Este relatório debruçar-se-á agora sobre as estratégias e políticas que foram desenvolvidas a nível da União Europeia para combater a desinformação, bem como sobre as medidas específicas adoptadas por cada um dos países europeus. A União Europeia tem estado na vanguarda dos esforços para combater as notícias falsas e a desinformação nos seus Estados-Membros. Reconhecendo a ameaça que a desinformação representa para as instituições democráticas, a UE desenvolveu várias iniciativas destinadas a abordar a questão, tanto a nível europeu como nacional. Estas iniciativas assentam nos princípios da colaboração, transparência e responsabilidade, com especial incidência na regulação das plataformas digitais e na promoção da literacia mediática. Uma das iniciativas mais significativas desenvolvidas pela UE é o **Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais (EDMO)**, que foi lançado em 2020. O EDMO funciona como um centro para investigadores, verificadores de factos e especialistas em literacia mediática, proporcionando uma plataforma de colaboração e partilha de informações. Os principais objectivos do EDMO são

incluem o acompanhamento das tendências de desinformação em toda a Europa, a promoção de boas práticas em matéria de literacia mediática e a promoção da cooperação entre várias partes interessadas. **O trabalho do EDMO está alinhado com o Plano de Ação da Comissão Europeia contra a Desinformação**, que foi introduzido em 2018 para melhorar as capacidades da UE na deteção, análise e resposta à desinformação. A Professora Sonia Livingstone, uma reputada especialista em meios de comunicação e comunicações da London School of Economics, elogiou a abordagem da UE: "O Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais representa um importante passo em frente nos nossos esforços para combater a desinformação. Ao reunir peritos de toda a Europa proporciona uma plataforma muito necessária para a colaboração e a partilha de boas práticas" (Livingstone, 2021).

Outra iniciativa fundamental é a **Lei dos Serviços Digitais (DSA)**, um quadro regulamentar abrangente que foi adotado em 2022. A DSA introduz novas obrigações para as plataformas digitais, exigindo que estas medidas proactivas para monitorizar e remover conteúdos ilegais, incluindo notícias falsas e desinformação. **Nos termos do DSA, as plataformas devem ser mais transparentes sobre a forma como utilizam algoritmos para recomendar conteúdos e devem proporcionar aos utilizadores um maior controlo sobre as informações que vêem.** O DSA também exige que as plataformas trabalhem com verificadores de factos independentes para identificar e assinalar a desinformação. As sanções por incumprimento são significativas, com coimas que podem atingir 6% das receitas globais de uma empresa. O DSA representa um grande passo em frente na responsabilização das plataformas digitais pelos conteúdos que alojam e na garantia de que estas assumem a responsabilidade pelo combate à desinformação. **O Plano de Ação para a Democracia Europeia (EDAP)**, introduzido em dezembro de 2020, complementa o DSA, centrando-se no reforço dos processos democráticos e na proteção de eleições livres e justas em toda a Europa. O EDAP **define uma série de medidas destinadas a proteger a integridade das eleições, promover meios de comunicação social independentes e combater a desinformação.** Uma das principais componentes do PAED é a regulamentação da publicidade política, que tem sido uma das principais fontes de desinformação durante os períodos eleitorais. O EDAP propõe novas regras que exigem uma maior transparência na publicidade política, garantindo que os cidadãos saibam quem está por detrás dos anúncios que vêem e de que forma estão a ser visados. O plano também sublinha a importância da literacia mediática, apelando a um maior esforço para educar os cidadãos sobre os riscos da desinformação e sobre a forma de avaliar criticamente a informação que encontram.

A literacia mediática é amplamente considerada como um dos instrumentos mais eficazes na luta contra a desinformação. Trata-se de ensinar aos indivíduos as competências necessárias para avaliarem criticamente a informação que encontram, compreenderem as fontes dessa informação e tomarem decisões informadas sobre a sua credibilidade. Numa era em que a desinformação se pode espalhar rapidamente através das redes sociais e de outras plataformas digitais, a literacia mediática é essencial para ajudar os cidadãos a navegar neste complexo panorama informativo. A Dra. Divina Frau-Meigs, que tem investigado extensivamente a literacia mediática na Europa, defende que "a literacia mediática não é apenas um conjunto de competências; é uma componente crucial da educação cívica no século XXI. **Ao capacitar os indivíduos para se envolverem de forma crítica com os media, podemos construir uma sociedade mais resiliente e mais bem equipada para resistir à desinformação**" (Frau-Meigs, 2020). Um exemplo desta abordagem é

A Finlândia, que tem sido um líder na educação para a literacia mediática, integrando-a no currículo nacional desde tenra idade. As escolas finlandesas ensinam os alunos a navegar nos meios de comunicação digitais, a reconhecer a desinformação e a adotar um pensamento crítico. Esta abordagem pró-ativa população mais resistente à desinformação, e a Finlândia ocupa consistentemente uma posição de destaque nos índices globais de literacia mediática (Comissão Europeia, 2023).

A Comissão Europeia apoiou várias iniciativas destinadas a aumentar a sensibilização para os perigos da desinformação e para a importância do pensamento crítico. A campanha "#ThinkBeforeSharing", por exemplo, incentiva os utilizadores das redes sociais a verificarem a exatidão das informações antes de as partilharem em linha. Estas campanhas são cruciais para promover uma cultura de ceticismo e análise crítica entre o público. Para além da educação formal, **as campanhas de sensibilização do público desempenham um papel vital na promoção da literacia mediática em toda a Europa.**

A luta contra a desinformação na Europa enfrenta numerosos desafios, muitos dos quais estão profundamente enraizados na infraestrutura digital e nas normas sociais da era moderna da informação. Entre os desafios mais significativos contam-se o papel das plataformas de redes sociais, o declínio da confiança nos meios de comunicação social e nas instituições e as disparidades educativas existentes nas diferentes regiões da Europa. As plataformas de redes sociais tornaram-se os principais campos de batalha na luta contra a desinformação. Estas plataformas foram concebidas para maximizar a participação dos utilizadores, dando frequentemente prioridade a conteúdos sensacionalistas que geram cliques e partilhas em detrimento de informações mais exactas, mas menos cativantes. Esta dinâmica criou um ambiente em que as informações falsas se podem propagar rápida e amplamente, chegando muitas vezes a mais pessoas do que as correcções ou os conteúdos factuais. O Professor Rasmus Kleis Nielsen, que estudou extensivamente o papel das redes sociais na propagação da desinformação, : "A conceção das plataformas das redes sociais favorece inerentemente a propagação da desinformação, porque dá prioridade a conteúdos cativantes, mesmo que não sejam exactos. Este facto representa um desafio significativo para aqueles que procuram combater a informação falsa" (Nielsen, 2020). Outro grande desafio é o declínio da confiança nos media e nas instituições públicas. Em toda a Europa, existe um ceticismo crescente em relação aos meios de comunicação tradicionais, motivado por percepções de parcialidade, sensacionalismo e influência política. Esta erosão da confiança levou muitas pessoas a recorrer a fontes de informação alternativas, que podem ser menos fiáveis e mais propensas a espalhar desinformação. A Professora Sonia Livingstone sublinha a importância de restabelecer a confiança nos meios de comunicação social, afirmando: "Para combater eficazmente a desinformação, temos de restabelecer a confiança do público nos meios de comunicação social. Isto requer um compromisso com a transparência, a responsabilidade e um jornalismo de alta qualidade que sirva o interesse público" (Livingstone, 2019).

As disparidades educativas na Europa também representam um desafio significativo para a promoção da literacia mediática. Nos países com sistemas educativos bem desenvolvidos, a literacia mediática é frequentemente integrada no currículo, dotando os estudantes das competências necessárias para navegar na paisagem digital. No entanto, nos países onde os sistemas educativos são menos robustos, pode não ser dada prioridade à literacia mediática, deixando os indivíduos mais



Co-funded by
the European Union



vulneráveis à desinformação. A Dra. Frau-Meigs salienta esta questão: "As disparidades educativas na Europa significam que nem toda a gente tem

o mesmo acesso à educação para a literacia mediática. Isto cria um fosso digital em que alguns cidadãos estão mais bem equipados para resistir à desinformação do que outros" (Frau-Meigs, 2021). A resposta a estes desafios exige um esforço coordenado dos governos, das instituições de ensino, das organizações mediáticas e da sociedade civil. A próxima secção explorará algumas das melhores práticas que surgiram em toda a Europa no combate às notícias falsas e à desinformação.

Apesar dos desafios, vários países europeus implementaram **estratégias eficazes para combater as notícias falsas**, fornecendo lições valiosas para outros. Estas boas práticas incluem esforços de colaboração, inovações tecnológicas e programas abrangentes de literacia mediática.

A colaboração entre governos, organizações de comunicação social e sociedade civil é essencial para combater eficazmente a desinformação. O Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais (EDMO) desempenha um papel fundamental na promoção dessa colaboração, reunindo as partes interessadas de toda a Europa para partilhar as melhores práticas e desenvolver soluções inovadoras. A Dra. Frau-Meigs elogiou estes esforços de colaboração, referindo que "a força do EDMO reside na sua capacidade de reunir um grupo diversificado de peritos e partes interessadas, criando uma rede que pode responder rápida e eficazmente às ameaças emergentes de desinformação" (Frau-Meigs, 2020). As inovações tecnológicas também estão a desempenhar um papel vital no combate à desinformação. As ferramentas de verificação de factos baseadas em IA, as extensões de browser que assinalam conteúdos suspeitos e as plataformas que agregam informações verificadas estão a tornar-se cada vez mais importantes na luta contra a desinformação. Estas tecnologias ajudam as pessoas a identificar notícias falsas e a tomar decisões mais informadas sobre informação que consomem. O Dr. Nielsen sublinhou o potencial destas ferramentas tecnológicas: "As inovações tecnológicas, em particular as impulsionadas pela IA, têm o potencial de melhorar significativamente a nossa capacidade de detetar e combater a desinformação. No entanto, devem ser utilizadas em conjunto com estratégias mais amplas que incluam educação e regulamentação" (Nielsen, 2021). Para além das soluções tecnológicas, os programas abrangentes de literacia mediática continuam a ser a pedra angular dos esforços para combater a desinformação. Países como a Finlândia e a Suécia lideraram o caminho na integração da literacia mediática nos seus currículos nacionais, garantindo que os cidadãos estão equipados com as competências necessárias para navegar na paisagem digital. O Professor Livingstone sublinhou a importância destes programas: "A literacia mediática não consiste apenas em ensinar as pessoas a identificar notícias falsas; trata-se de as capacitar para se envolverem de forma crítica com todas as formas de comunicação social. Isto é essencial para manter uma democracia saudável" (Livingstone, 2020).

1) Estatísticas sobre a AMI e a literacia de dados:

A literacia de dados, definida como a capacidade de ler, compreender e utilizar dados de diferentes formas (Harvard, 2021), está a tornar-se cada vez mais essencial era digital. Permite que os indivíduos tomem decisões informadas, naveguem no panorama digital e participem plenamente na

sociedade da informação. Esta secção do relatório apresenta as estatísticas e tendências actuais em matéria de literacia de dados nos países europeus, destacando as disparidades significativas e as principais iniciativas destinadas a melhorar estas competências.

Em 2023, haverá uma variação considerável na literacia de dados na União Europeia (UE). De acordo com o Eurostat, **55% das pessoas com idades compreendidas entre os 16 e os 74 anos na UE possuem, pelo menos, competências digitais básicas**, que englobam capacidades essenciais de literacia de dados. No entanto, esta média esconde disparidades significativas entre países. Por , os **Países Baixos e a Finlândia** têm os níveis mais elevados de competências digitais básicas, com **79%**, enquanto **a Roménia e a Bulgária** estão no extremo inferior, com **28%** e **31%**, respetivamente (Eurostat, 2023). Estas disparidades são influenciadas por vários factores, incluindo a educação, a idade e o estatuto socioeconómico. Níveis de educação mais elevados estão fortemente correlacionados com melhores competências digitais. Por exemplo, na UE, 80 % dos indivíduos com educação formal superior possuem competências digitais básicas, em comparação com apenas 34 % dos indivíduos sem educação formal ou com educação formal baixa. **As maiores diferenças nas competências digitais por nível de educação observam-se em Portugal (66 pontos percentuais), na Grécia (63 pontos percentuais) e em Malta (59 pontos percentuais)**. Em contrapartida, **a Estónia (12 pontos percentuais), a Finlândia (14 pontos percentuais) e a Lituânia (22 pontos percentuais) apresentam as menores disparidades** (Eurostat, 2023). A educação tem um impacto significativo nos níveis de literacia de dados. Os países com sistemas educativos sólidos que integram a literacia digital nos seus currículos tendem a ter níveis mais elevados de literacia de dados. A Finlândia, um líder nesta área, incorpora a literacia mediática e de dados desde a educação infantil até ao ensino superior. Esta abordagem abrangente garante que os estudantes desenvolvem fortes competências digitais como parte da sua educação global (Eurostat, 2023). **A idade também desempenha um papel crucial**. Os indivíduos mais jovens têm geralmente níveis mais elevados de competências digitais em comparação com os grupos etários mais velhos. Na UE, **69% dos homens com idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos possuem competências digitais básicas**, ao passo que este valor desce para **34%** no caso dos homens com idades compreendidas entre os 65 e os 74 anos. No caso **das mulheres, 71% das pessoas com idades entre os 25 e os 34 anos possuem competências digitais básicas**, contra apenas **25% das pessoas com idades entre os 65 e os 74 anos**. Esta tendência evidencia a necessidade de intervenções específicas para melhorar a literacia digital entre as populações mais velhas (Eurostat, 2023).

Várias iniciativas, tanto a nível nacional como da UE, visam melhorar a literacia de dados. A iniciativa "Década Digital" da Comissão Europeia estabelece objectivos ambiciosos, visando que pelo menos 80% dos cidadãos da UE com idades compreendidas entre os 16 e os 74 anos possuam competências digitais básicas até 2030. Esta iniciativa apresenta uma visão abrangente para a transformação digital, salientando a importância da literacia digital para alcançar estes objectivos (Fórum Económico Mundial, 2023). Os programas nacionais também desempenham um papel fundamental. A Rede de Educação para a Literacia de Dados (DLEN) da Alemanha oferece vastos recursos e programas de formação, integrando a literacia de dados em todos os níveis de ensino. Do mesmo modo, o Instituto Nacional de Estatística de Itália (ISTAT) publica relatórios abrangentes sobre competências digitais, ajudando os decisores políticos a desenvolver intervenções específicas (Eurostat, 2023). Apesar dos progressos significativos, subsistem vários desafios. As disparidades entre países e dentro das populações indicam a necessidade de abordagens mais adaptadas e



Co-funded by
the European Union



inclusivas. É crucial garantir que as zonas rurais e os grupos socioeconomicamente desfavorecidos tenham acesso a uma educação digital de qualidade. Além disso, o desenvolvimento profissional contínuo dos educadores é essencial para manter o ritmo

com os avanços tecnológicos e os novos métodos pedagógicos. A integração da literacia digital nos quadros de aprendizagem ao longo da vida representa uma oportunidade significativa. À medida que a tecnologia evolui, o mesmo acontece com as competências necessárias para a navegar. As iniciativas de aprendizagem ao longo da vida podem ajudar os indivíduos a atualizar continuamente as suas competências, garantindo que se mantêm competentes num panorama digital em constante mudança.

2) Tendências actuais

A literacia mediática engloba as capacidades técnicas, cognitivas, sociais, cívicas e criativas que permitem ao cidadão aceder aos meios de comunicação social, ter uma compreensão crítica dos mesmos e interagir com eles (EDMO, n.d). Nos últimos anos, os países europeus reconheceram a importância da literacia mediática na promoção de cidadãos informados e empenhados. De acordo com o Observatório Europeu do Audiovisual (2018), cerca de 65 % dos europeus sentem-se confiantes nas suas competências de literacia mediática, mas existem disparidades significativas entre os países.

Os países do Norte da Europa, como a Finlândia e a Suécia, são líderes na educação para a literacia mediática, integrando-a nos seus currículos nacionais. A Finlândia, por exemplo, é frequentemente citada como um modelo de educação para a literacia mediática, com uma abordagem abrangente que começa na primeira infância e continua até ao ensino superior. Um estudo de 2018 da Comissão Europeia concluiu que 90% dos estudantes finlandeses recebem educação formal em literacia mediática, em comparação com apenas 30% em alguns países do sul e do leste da Europa.

O **Índice Europeu de Literacia Mediática (2020)** indica que países como a Dinamarca, os Países Baixos e a Estónia também têm resultados elevados, beneficiando de sistemas educativos sólidos e de políticas governamentais de apoio. Por outro lado, países como a Bulgária, a Roménia e a Grécia enfrentam desafios, incluindo recursos limitados e formação insuficiente para os educadores. Várias iniciativas pan-europeias visam melhorar a literacia mediática. A Semana Europeia da Literacia Mediática, lançada pela Comissão Europeia, aumenta a sensibilização e promove as melhores práticas. O programa "Literacia mediática para todos" financia projectos que desenvolvem ferramentas e recursos inovadores para a educação para os media. O **Observatório Europeu dos Media Digitais (EDMO)** apoia a investigação e as recomendações políticas, promovendo a colaboração entre as partes interessadas. Também promove iniciativas de verificação de factos e de desmascaramento, cruciais para combater a desinformação.

À medida que o volume de dados gerados continua a crescer, a literacia de dados tornou-se essencial tanto para os indivíduos como para as organizações. **Um inquérito realizado em 2019 pelo Portal Europeu de Dados** revelou que 58 % dos europeus não se sentem preparados para lidar eficazmente com os dados, o que revela uma lacuna significativa em termos de competências. Os países da Europa Ocidental, como a Alemanha, o Reino Unido e a França, fizeram investimentos substanciais na educação e formação em literacia de dados. **A Rede de Educação para a Literacia de Dados (DLEN) da Alemanha** oferece vastos recursos e programas de formação, com o objetivo de integrar a literacia de dados em todos os níveis de ensino. A Parceria para as Competências Digitais do governo do Reino Unido também deu prioridade à literacia de dados, trabalhando com empresas e instituições de ensino para resolver a escassez de competências. Em contrapartida, os países da



Co-funded by
the European Union

Europa do Sul e de Leste



enfrentam maiores desafios. **A Ferramenta Europeia de Monitorização do Mercado de Dados (2020)** refere que países como a Itália, a Espanha e a Polónia estão atrasados em matéria de literacia de dados, com menos programas educativos e menos participação da indústria. **O Projeto de Literacia de Dados da UE**, uma colaboração entre os sectores público e privado, procura melhorar a literacia de dados em toda a Europa. Oferece cursos, workshops e recursos em linha, dirigidos a diversos públicos, desde estudantes a profissionais. Além disso, o programa Horizonte 2020 financia projectos de investigação e inovação que melhoram a literacia de dados, promovendo abordagens interdisciplinares e a utilização de tecnologias avançadas. As notícias falsas, ou desinformação, representam uma ameaça significativa para as sociedades democráticas, uma vez que minam a confiança nos meios de comunicação social e nas instituições. **O inquérito Eurobarómetro (2018)** revelou que 83 % dos cidadãos da UE consideram as notícias falsas um problema para a democracia, estando 73 % preocupados com o impacto da desinformação nas eleições. O inquérito também indicou que as plataformas de redes sociais são vistas como as principais fontes de notícias falsas por 70% dos inquiridos. **Um estudo do Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo (2020) concluiu que 28%** dos europeus se deparam regularmente com notícias falsas em linha. A prevalência da desinformação varia de país para país, com incidências mais elevadas na Europa do Sul e de Leste. Por exemplo, na Roménia, 42% dos inquiridos afirmaram encontrar frequentemente notícias falsas, em comparação com 16% na Finlândia.

O Centro Comum de Investigação da Comissão Europeia (2019) salientou que as notícias falsas se propagam frequentemente mais depressa e mais amplamente do que as notícias factuais devido à sua natureza sensacionalista. O estudo sublinhou o papel dos algoritmos na amplificação da desinformação, uma vez que dão prioridade a conteúdos cativantes, que são frequentemente enganadores. Para combater as notícias falsas, a União Europeia implementou várias iniciativas. O Código de Práticas sobre Desinformação (2018) envolve as principais plataformas em linha nos esforços para aumentar a transparência, interromper as receitas publicitárias das fontes de desinformação e combater as contas falsas. O Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais (EDMO) desempenha um papel fundamental na coordenação das actividades de verificação de factos e no apoio à investigação sobre desinformação. As estratégias nacionais também contribuem para estes esforços. A lei alemã de controlo da utilização das redes (NetzDG) exige que as plataformas das redes sociais removam rapidamente os conteúdos ilegais, incluindo as notícias falsas. Os programas abrangentes de literacia mediática da Finlândia visam reforçar a resistência contra a desinformação desde a mais tenra idade.

O Relatório sobre a Maturidade dos Dados Abertos (2020) destaca a importância das iniciativas de dados abertos na promoção da literacia de dados. Os países com políticas sólidas de dados abertos, como a França e os Países Baixos, tendem a ter níveis mais elevados de literacia de dados, uma vez que o acesso a dados públicos promove uma cultura de utilização de dados e de inovação. Apesar dos progressos, subsistem vários desafios. As disparidades entre países e regiões, bem como entre zonas urbanas e rurais, têm de ser resolvidas. O investimento na formação de professores e no desenvolvimento profissional é crucial, uma vez que os educadores desempenham um papel fundamental na transmissão de competências de literacia mediática e de dados. A colaboração entre governos, instituições de ensino e o sector privado é essencial para criar programas de literacia abrangentes e inclusivos. Os decisores políticos devem dar prioridade ao financiamento de iniciativas que promovam as competências digitais, garantindo que todos os cidadãos têm a oportunidade de



Co-funded by
the European Union



adquirir literacia mediática e de dados. Olhando para o futuro, a integração da literacia mediática e de dados na aprendizagem ao longo da vida

os quadros de aprendizagem serão vitais. Dado que a tecnologia continua a evoluir, será necessário atualizar e requalificar continuamente as competências para acompanhar os novos desenvolvimentos e desafios. A Agenda de Competências para a Europa, que inclui um enfoque na literacia digital, é um passo positivo nesta direção, sublinhando a necessidade de um esforço coordenado para melhorar as competências digitais em toda a Europa.

3) Obstáculos e oportunidades

O combate às notícias falsas e à desinformação apresenta tanto obstáculos significativos como oportunidades consideráveis. medida que as sociedades se tornam mais dependentes dos meios digitais para obter informações, a proliferação de informações falsas tornou-se uma questão premente, pondo em causa a integridade do discurso público e dos processos democráticos. Como já foi referido, a complexidade deste problema exige uma **abordagem multifacetada, envolvendo medidas tecnológicas, educativas e regulamentares.**

Um dos **principais obstáculos** à luta contra as notícias falsas é o **grande volume e a velocidade a que a desinformação se propaga.** As plataformas de redes sociais, concebidas para maximizar o envolvimento dos utilizadores, amplificam frequentemente conteúdos sensacionalistas e enganadores. Os algoritmos dão prioridade às publicações que geram elevados níveis de interação, aumentando inadvertidamente a visibilidade das notícias falsas. Esta rápida disseminação torna difícil identificar e contrariar prontamente as narrativas falsas. Além disso, a natureza sem fronteiras da Internet complica os esforços para regular e controlar a propagação da desinformação em diferentes jurisdições.

Outro desafio significativo é a **sofisticação das modernas campanhas de desinformação.** Os avanços tecnológicos, como os vídeos deepfake e os bots automatizados, tornaram mais fácil criar e difundir informações falsas e convincentes. Estas ferramentas podem ser utilizadas para manipular a opinião pública e semear a discórdia, tornando mais difícil para as pessoas discernir a verdade da ficção. Além disso, o anonimato proporcionado pela Internet permite que os agentes maliciosos operem com relativa impunidade, complicando ainda mais os esforços para responsabilizar os autores.

A questão da confiança também constitui um obstáculo considerável. A confiança do público nos meios de comunicação social e nas instituições tradicionais tem vindo a diminuir, em parte devido à proliferação da desinformação. Quando as pessoas perdem a confiança em fontes credíveis, tornam-se mais susceptíveis a notícias falsas, que frequentemente exploram preconceitos e emoções existentes. Esta erosão da confiança torna difícil promover informações fiáveis e contrariar eficazmente as narrativas falsas.

Apesar destes obstáculos, existem **oportunidades significativas** para combater as notícias falsas e a desinformação. Uma das abordagens mais promissoras é o **reforço da literacia mediática.** Educar o público, especialmente os jovens, sobre a forma de avaliar criticamente as fontes de informação pode criar resiliência contra a desinformação. As escolas e as instituições de ensino desempenham

um papel crucial neste esforço, integrando a literacia mediática nos currículos para dotar os alunos competências necessárias para navegar no panorama da informação digital. Programas como o da Finlândia, de educação abrangente para a literacia mediática, servem de modelos de sucesso, demonstrando o impacto positivo de tais iniciativas.

A inovação tecnológica também oferece oportunidades substanciais. Os algoritmos avançados e a inteligência artificial podem ser utilizados para detetar e assinalar a desinformação de forma mais eficaz. As ferramentas de verificação de factos e as aplicações de literacia digital podem ajudar os utilizadores a verificar a autenticidade das informações. Os esforços de colaboração entre empresas tecnológicas, governos e organizações da sociedade civil podem conduzir ao desenvolvimento de soluções mais sólidas para identificar e atenuar a propagação de notícias falsas.

As medidas regulamentares constituem outra via para combater a desinformação. Os governos podem promulgar legislação que responsabilize as plataformas de redes sociais pelos conteúdos divulgados nos seus sítios. O Código de Conduta sobre Desinformação da União Europeia e a Lei de Aplicação da Rede da Alemanha (NetzDG) são exemplos de quadros regulamentares destinados a aumentar a transparência e a responsabilidade. Estes regulamentos podem obrigar as plataformas a tomar medidas mais pró-activas de controlo e remoção de informações falsas.

Além disso, **é fundamental promover uma cultura de transparência e de responsabilidade no sector dos meios de comunicação social**. As normas e a ética jornalísticas devem ser respeitadas para manter a confiança do público. As iniciativas que promovem a transparência, como a divulgação das fontes e do financiamento, podem ajudar a restaurar a credibilidade dos meios de comunicação tradicionais. O apoio ao jornalismo independente e às organizações de verificação de factos é também crucial na luta contra a desinformação.

Os esforços de colaboração internacional são essenciais, dada a natureza global da Internet. Os países podem partilhar as melhores práticas e coordenar as respostas às campanhas de desinformação transfronteiras. As organizações e alianças internacionais, como o Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais (EDMO), desempenham um papel fundamental na promoção da cooperação e na partilha de conhecimentos.

Em conclusão, embora o combate às notícias falsas e à desinformação apresente desafios significativos, existem amplas oportunidades para abordar estas questões através da educação, da tecnologia, da regulamentação e da cooperação internacional. Reforçar a literacia mediática, alavancar as inovações tecnológicas, aprovar regulamentos eficazes e promover a transparência nos meios de comunicação social são componentes essenciais de uma estratégia abrangente. Ao adotar uma abordagem multifacetada, as sociedades podem criar resistência contra a desinformação e proteger a integridade do discurso público e dos processos democráticos. O esforço coletivo dos governos, das instituições de ensino, das empresas de tecnologia, das organizações de comunicação social e da sociedade civil é crucial para ultrapassar os obstáculos e aproveitar as oportunidades na luta contra as notícias falsas.

2.3 Práticas promissoras

Este capítulo explora algumas das práticas promissoras identificadas pelos parceiros do projeto MILES no combate à desinformação e na promoção da literacia mediática em contextos educativos na Europa. Através da investigação colaborativa e da implementação de projectos-piloto, os parceiros do projeto MILES desenvolveram e aperfeiçoaram uma série de estratégias e ferramentas inovadoras com o objetivo de melhorar o pensamento crítico, reforçar a literacia digital e capacitar os educadores e os alunos a navegar no complexo panorama da informação em linha. Ao documentar e analisar estas práticas, este capítulo oferece uma perspetiva de abordagens eficazes que podem ser adaptadas e adoptadas em diversos contextos educativos. As práticas aqui destacadas reflectem o compromisso de promover a resiliência contra a desinformação, equipar os educadores com os recursos necessários para enfrentar os desafios digitais e envolver os alunos em experiências de aprendizagem significativas que desenvolvam a sua capacidade de investigação crítica e de cidadania informada. No total, os parceiros identificaram 44 práticas de vários tipos: programas de formação; quadro de competências; prática ou metodologia destinada a aumentar as competências de literacia crítica dos meios de comunicação e dos dados/preparação; políticas ou outras. A seguir, foram seleccionadas 8 práticas, a fim de dar uma gama de exemplos a ter em conta. No entanto, a lista completa das práticas pode ser consultada nos relatórios nacionais de cada parceiro, disponíveis mediante pedido.

1.

Nome da prática promissora	Gerações Connesse
País	Itália
Tipo:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Programa de formação ▪ Quadro de competências ▪ Prática ou metodologia destinada a reforçar as competências críticas em matéria de literacia mediática e de dados ▪ Políticas
Ano de execução	De 2022 a 2024 (sexta edição do projeto)
Contexto	
<i>Necessidades</i>	A "Generazioni Connesse" responde à necessidade de uma educação digital abrangente através do desenvolvimento de uma plataforma com vários níveis. Cria materiais educativos, guias e programas de formação para professores, pais e alunos. Também apoia as escolas na definição de políticas digitais, oferece campanhas de comunicação e iniciativas de sensibilização e fornece mecanismos de comunicação e assistência relacionados com segurança na Internet.
<i>Alvo envolvido: por favor, forneça uma breve descrição do alvo a</i>	Como um programa de capacitação, professores e educadores a partir do jardim de infância são mais susceptíveis de serem considerados o alvo direto da maioria dos resultados



Co-funded by
the European Union



	do
--	----

<p><i>que estas práticas promissoras foram abordadas.</i></p>	<p>do projeto. No entanto, há que referir os beneficiários indirectos, uma vez que o projeto conseguiu chegar a mais de 357.000 adultos, incluindo pais, bem como quase 900.000 entre rapazes e raparigas, em 2021.</p>
<p><i>Objetivo principal</i></p>	<p>O projeto visa melhorar a literacia digital, mediática e informativa e promover uma utilização responsável da Internet em diferentes grupos etários, com um centrar-se na inclusão.</p>
<p>Descrição das práticas promissoras</p>	
<p><i>Conteúdo</i></p>	<p>A Generazioni Connesse, apoiada há muitos anos pelo Ministério da Educação, desenvolveu uma plataforma com vários níveis para melhorar a educação digital, envolvendo parceiros como a Save the Children, Telefono Azzurro, Cooperativa EDI Onlus e CREMIT na produção de materiais e guias educativos. A plataforma oferece vários níveis de envolvimento, começando pelo acesso básico a materiais informativos, progredindo para um novo kit educativo com guias detalhados para utilização em sala de aula e aprofundamentos temáticos em áreas abrangidas Programa de Educação Cívica Digital, e culminando no desenvolvimento de políticas e práticas digitais para as escolas através de cursos de formação de professores e projectos colaborativos de estudantes. Envolve campanhas de comunicação, acções de sensibilização e programas de formação destinados a adultos (como professores, pais, educadores e educadores de infância) e a jovens (incluindo crianças e adolescentes). Os jovens são ativamente envolvidos na formação de equipas jornalísticas para partilharem as suas perspectivas sobre o mundo digital. O projeto também organiza eventos com especialistas nacionais e internacionais para discutir tópicos específicos relacionados com os seus temas. As escolas secundárias são incentivadas a participar num apelo à ação para criar aplicações ou ferramentas que promovam uma utilização positiva e consciente da tecnologia. Os mecanismos de apoio incluem uma linha direta para a denúncia de conteúdos ilegais em linha, centrada especificamente na pornografia infantil, e uma linha de apoio que oferece assistência para questões relacionadas com a utilização da Internet e das tecnologias digitais.</p> <p>O projeto continua a ajudar as comunidades escolares a</p>

	desenvolver políticas internas para promover competências digitais, melhorar a utilização da tecnologia na educação, prevenir situações problemáticas e estabelecer procedimentos para reconhecer, gerir, comunicar e monitorizar incidentes de utilização indevida. Estes esforços fazem parte de um compromisso mais vasto para integrar eficazmente a literacia digital nas práticas educativas.
<i>Caraterísticas de interesse</i>	O projeto Generations Connected do Centro para uma Internet mais segura é apoiado pela Comissão Europeia através do programa Europa Digital. Faz parte da rede "Better Internet for Kids", gerida pela European Schoolnet em colaboração com a INSAFE e a Inhope, que reúne os Centros Europeus para a Internet Segura e a Internet das Crianças. Centros Internet e linhas diretas, respetivamente
Ligação	https://www.generazioniconnesse.it/site/it/home/

2.

Nome da prática promissora	Infuzarea educatiei media. Ghid de bune practice pentru profesorii de limba si literatura romana (liceu)/ Infusão com literacia mediática.
País	Roménia
Tipo:	guia de metodologia para professores, resultante de um programa de formação
Ano de execução	2022 (publicação em linha)
Contexto	
Necessidades	Falta de recursos práticos para os professores aprenderem a desenvolver as competências de literacia mediática dos seus alunos
Objetivo envolvido	Professores de romeno língua romena e literatura ensinar alunos do ensino secundário
Objetivo principal	Fornecer aos professores de língua e literatura romenas orientações para desenvolver a literacia mediática no ensino formal (língua e literatura romenas aula) com alunos do ensino secundário
Descrição das práticas promissoras	



Conteúdo	Guia de práticas promissoras para professores de língua e literatura romena (ensino secundário), uma publicação coordenada por Monica Halaszi, Centre for Journalism independente (desenvolvido no âmbito do projeto I
----------	--



	ensinar a literacia mediática! - Laboratório de educação e cultura para os media. Informação teórica sobre vários conceitos centrais na educação para os media, abordados de forma integrada através de 25 planos de aula que mostram a sua aplicabilidade concreta na sala de aula, em estreita correlação com os conteúdos específicos do romeno língua e literatura.
Caraterísticas de interesse	Altamente prático, desenvolvido por professores para professores, para mostrar como incorporar a literacia mediática nas suas aulas, capitalizando as oportunidades oferecidas pelo currículo nacional
Ligação	https://educatiemedia.cji.ro/2022/12/23/infuzarea-educatiei-media-lb-ro-ghid-2022/

3.

Nome da melhor prática	Podcast - A Verdade em Tempos de Corona
País	Alemanha
Tipo:	Podcast áudio
Ano de execução	
Contexto	
<i>Necessidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Superar as limitações do ensino em sala de aula • Despertar o interesse por um tema • Oferecer um mergulho mais profundo no tema do que uma aula permitiria
<i>Objetivo envolvido</i>	Público em geral interessado em aprofundar o tema tema da desinformação.
<i>Objetivo principal</i>	Criar uma compreensão mais profunda das teorias da conspiração
Descrição das boas práticas	



<p><i>Conteúdo</i></p>	<p>O podcast, criado pela Bundeszentrale für politische Bildung, é dedicado às teorias da conspiração e aos mitos que rodeiam o coronavírus. Para bpb, o jornalista Axel Schröder falou neste podcast com vários especialistas sobre os mais diversos aspectos mundo muitas vezes bizarro e não raramente odioso e violento.</p> <p>No primeiro episódio, Axel Schröder conversa com Karolin Schwarz (fundador do hoaxmap.org) e Jan Rathje</p>
------------------------	---



	<p>da Fundação Amadeu António sobre as teorias mais comuns, o antissemitismo que lhes é frequentemente inerente e as estratégias de ação contra as teorias da conspiração. O segundo episódio aborda os aspectos psicológicos sociais das teorias da conspiração e analisa também o papel dos fornecedores de redes sociais. A psicóloga social Pia Lamberty e a blogger Katharina Nocun fornecem informações sobre este assunto. A prevenção das teorias da conspiração é o tema central do debate com Saba-nur Cheema (Centro Educativo Anne Frank) e Renate Pulz (BildungsBausteine e.V.). No quarto episódio, Schröder conversa com David Begrich (Miteinander e.V.) sobre a "resistência" no contexto das chamadas manifestações "higiénicas" e com a historiadora Hedwig Richter sobre a difícil relação entre medidas autoritárias e democracia.</p>
<i>Caraterísticas de interesse</i>	<p>O podcast pode ser ouvido em qualquer altura e lugar - o que o torna muito mais acessível do que outros tipos de material de aprendizagem. Também pode proporcionar uma compreensão profunda de um assunto num curto espaço de tempo. Por último, pode ser visto como uma introdução a outros podcasts sobre educação política oferecidos pelo mesmo autor, bpb.</p>
Ligação	<p>https://www.bpb.de/mediathek/podcasts/wahrheit-in-zeiten-von-corona/</p>

4.

Nome da melhor prática	Observatório Mediterrânico dos Media Digitais
País	Chipre
Tipo:	Metodologia/projeto de pré-bunking
Ano de execução	2022
Contexto	
<i>Necessidades</i>	<p>O projeto MedDMO reveste-se de especial importância para a defesa da democracia e o reforço da literacia mediática, a que a Autoridade atribui particular importância. Ao combater a desinformação, contribuimos para reforçar o pensamento crítico e criar cidadãos activos. A verificação dos factos é fundamental</p>



	importância para garantir que os cidadãos sejam informados" e que a Autoridade considera que informar os cidadãos, impedir a difusão de notícias falsas e desinformação, e especialmente em cultivo e reforço contínuo das competências dos cidadãos.
<i>Objetivo envolvido</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Público em geral
<i>Objetivo principal</i>	Actua como um centro para o EDMO, cobrindo as fronteiras do sudeste da Europa, com a participação de Chipre, Grécia e Malta que, para além da sua proximidade geográfica, enfrentam desafios comuns em termos de campanhas de desinformação, que frequentemente criar uma polarização em torno dos debates públicos europeus, como as questões da imigração e do controlo das fronteiras.
Descrição das boas práticas	
<i>Conteúdo</i>	<p>O Observatório Mediterrânico dos Meios de Comunicação Digitais (MedDMO) é um centro regional do Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais que abrange a Grécia, Chipre e Malta. Lançado em 1 de dezembro de 2022, o projeto, que decorre até maio de 2025, recebeu financiamento do programa Europa Digital da Comissão Europeia (2021-2027) para a criação de polos nacionais de meios de comunicação digitais destinados a alargar o alcance do MedDMO. Para além das semelhanças geográficas, a Grécia, Chipre e Malta enfrentam desafios muito semelhantes no que diz respeito às campanhas de desinformação que tentam frequentemente polarizar o debate na UE, como as questões da imigração e do controlo das fronteiras. O MedDMO é um consórcio que proporciona novas vias para a verificação colaborativa de factos, centrando-se em campanhas de desinformação emergentes especificamente relevantes para o território mediterrânico. O seu objetivo é ser uma fonte crucial de conhecimentos sobre os ambientes de informação locais. Reúne organizações de investigação, de verificação de factos e dos meios de comunicação social que realizam trabalhos e actividades de investigação reconhecidos internacionalmente no domínio da desinformação. O MedDMO insere-se nos ecossistemas mediáticos dos três países. Prevê a criação de uma plataforma tecnológica diretamente ligada à infraestrutura do EDMO, bem como uma operação diária de investigação que alimenta o central e outros nacional hubs com valioso</p>

	<p>informação numa base diária. O portal meddmo.eu é a porta digital que acolhe o trabalho de verificação de factos realizado por jornalistas e investigadores dos três países. Inclui também as actividades pormenorizadas do consórcio relativas à promoção da literacia mediática e dos métodos de verificação de notícias. Espera-se que os parceiros abordem questões de carácter jornalístico e científico, como a imigração, as alterações climáticas, a saúde, as questões eleitorais e a tecnologia - temas que frequentemente aparecem em o centro de desinformação</p> <p>campanhas que polarizaram a UE.</p>
<i>Caraterísticas de interesse</i>	<p>A informação que receberemos do programa é de importância crucial para Autoridade, não só como uma ferramenta importante para uma melhor implementação das suas responsabilidades no domínio da rádio e da televisão, mas também, especialmente, para a implementação das novas responsabilidades que a Autoridade adquiriu recentemente, como Coordenador Nacional para a implementação e operação de o Regulamento DSA (Lei dos Serviços Digitais).</p>
Ligação	<p>https://meddmo.eu/</p>

5.

Nome da melhor prática	#FakeHunter-Edu
País	Polónia
Tipo	Prática ou metodologia destinada a reforçar as competências críticas em matéria de literacia mediática e de dados / pré-bunking
Ano de execução	2022
Contexto	
<i>Necessidades</i>	<p>A principal necessidade abordada pelo projeto #FakeHunter-Edu é a falta de competências críticas em matéria de literacia digital entre os estudantes do ensino secundário. vez que a Internet e as redes sociais são as principais fontes de informação para muitos , é urgente ensinar-lhes a discernir fontes credíveis de fontes falsas ou enganosas.</p>

<p><i>Objetivo envolvido</i></p>	<p>O público-alvo do projeto #FakeHunter-Edu é constituído por estudantes do ensino secundário, normalmente com idades compreendidas entre os 13 e os 18 anos. Este grupo demográfico é particularmente suscetível à influência das redes sociais e da informação em linha, o que o torna um grupo crítico para intervenções destinadas a melhorar a literacia digital. Os professores do ensino secundário são também um grupo-alvo fundamental, uma vez que são os facilitadores do conteúdo do projeto e desempenham um papel crucial na educação dos estudantes.</p>
<p><i>Objetivo principal</i></p>	<p>O principal objetivo do projeto #FakeHunter-Edu é sensibilizar os estudantes do ensino secundário para os perigos da desinformação e das notícias falsas. O projeto visa capacitar os jovens com as competências necessárias para verificar conteúdos em linha, reconhecer informações falsas e praticar um comportamento seguro e responsável na Internet. Ao fornecer recursos educativos abrangentes, incluindo formação em vídeo, kits de actividades e planos de aulas, o projeto procura fomentar uma geração de pensadores críticos capazes de navegar no mundo digital com confiança e discernimento. Em última análise, o objetivo é criar uma sociedade mais informada e resiliente que possa efetivamente combater a propagação da desinformação.</p>
<p>Descrição das boas práticas</p>	
<p><i>Conteúdo</i></p>	<p>O #FakeHunter-Edu é um projeto educativo destinado a estudantes do ensino secundário, cujo objetivo é sensibilizar para os perigos da desinformação, combater as notícias falsas, ensinar os jovens a verificar os conteúdos publicados na Internet e reforçar os comportamentos seguros.</p> <p>Como parte do projeto, o serviço #FakeHunter preparou vídeos de formação sobre o combate à desinformação, que os professores utilizaram durante as aulas com os alunos. Nas gravações, explicamos como reconhecer notícias falsas, o que é o fenómeno da desinformação, qual o papel das redes sociais na disseminação de conteúdos falsos e damos dicas sobre como agir de forma sensata e consciente na realidade virtual. Para além de</p>



	<p>a formação em vídeo, todas as escolas secundárias receberam também um kit de actividades e um cenário de aula.</p> <p>O projeto é implementado por: Agência de Imprensa Polaca, Ministério da Educação e Ciência, GovTech Centro da Polónia e Instituto de Investigação Educacional.</p>
<i>Caraterísticas de interesse</i>	<p>O projeto visa especificamente os jovens das escolas secundárias, concentrando-se num grupo etário crítico, altamente ativo em linha e impressionável. O principal objetivo é sensibilizar para os perigos da desinformação e dotar os jovens de técnicas para verificar a autenticidade dos conteúdos em linha. O projeto fornece módulos de formação em vídeo que os professores podem utilizar durante as aulas. Estes vídeos abrangem o reconhecimento de notícias falsas, a compreensão do fenómeno da desinformação, o papel das redes sociais na divulgação de informações falsas e dicas para navegar na realidade virtual de forma sensata e consciente. Cada escola recebe um kit de actividades, que fornece ferramentas e recursos práticos para envolver os alunos de forma interactiva.</p> <p>De um modo geral, o #FakeHunter-Edu exemplifica uma abordagem completa, colaborativa e prática para educar os jovens sobre a desinformação e dotá-los das competências necessárias para navegar no mundo digital. mundo de forma segura e responsável.</p>
Ligação	https://fake-hunter.pap.pl/edukacja

6.

Nome da melhor prática	O Comissário das Notícias Falsas anda à solta
País	Áustria
Tipo	O projeto "O Comissário das Notícias Falsas anda à solta" ("Der Fake News Kommissar geht um") é um jogo em linha destinado a melhorar a literacia mediática e a resiliência dos estudantes contra as notícias falsas. Combinando elementos de aprendizagem baseada em jogos com abordagens psicológicas, como a teoria da inoculação, o projeto oferece uma abordagem única para lidar com a desinformação no contexto escolar.
Ano de execução	2022-2024
Contexto	

<p><i>Necessidades</i></p>	<p>Numa era repleta de desinformação digital, há uma necessidade premente de dotar os jovens de competências críticas em matéria de literacia mediática. Têm de aprender a resistir às notícias falsas, a avaliar criticamente os conteúdos em linha e a distinguir entre informação factual e informação não factual. e desinformação.</p>
<p><i>Objetivo envolvido</i></p>	<p>O principal público-alvo do projeto são os alunos das escolas, em especial os adolescentes que estão cada vez mais expostos à desinformação digital. Além disso, o projeto envolve professores que desempenham um papel crucial na facilitação da implementação de intervenções e no apoio aos alunos no desenvolvimento de competências de literacia mediática.</p>
<p><i>Objetivo principal</i></p>	<p>O principal objetivo do projeto é reforçar a literacia mediática e a resiliência dos estudantes contra as notícias falsas. Ao combinar a aprendizagem baseada em jogos com estratégias psicológicas como a teoria da inoculação, o projeto visa dotar os alunos das competências necessárias para avaliar criticamente os conteúdos em linha e identificar desinformação.</p>
<p>Descrição das boas práticas</p>	
<p><i>Conteúdo</i></p>	<p>O projeto é composto por duas componentes principais: um jogo interativo em linha sobre notícias falsas e um folheto com as mesmas informações e ilustrações do jogo em linha.</p> <p>O jogo mergulha os alunos numa experiência interactiva em que desempenham o papel de agentes infiltrados que têm de criar e divulgar notícias falsas sem serem apanhados pelo comissário das notícias falsas. Através de uma jogabilidade cativante e de conteúdos relevantes para os jovens, os alunos aprendem a reconhecer estratégias comuns utilizadas nas notícias falsas e a desenvolver competências de pensamento crítico.</p> <p>O folheto contém a mesma informação teórica sobre notícias falsas que é apresentada e aprendida através do jogo em linha.</p> <p>Além disso, serão disponibilizados materiais didácticos para os professores publicado no sítio Web do jogo nos próximos meses e fornecerá orientações sobre a integração do</p>

	jogo em sala de aula actividades e facilitação debates sobre literacia mediática.
<i>Caraterísticas de interesse</i>	<p>Aprendizagem baseada em jogos: O projeto utiliza elementos de gamificação para aumentar o envolvimento e a motivação dos alunos na aprendizagem da literacia mediática e da deteção de notícias falsas.</p> <p>Teoria da inoculação: Ao incorporar princípios psicológicos como a teoria da inoculação, o projeto visa reforçar a resiliência dos alunos contra as notícias falsas, expondo-os a formas enfraquecidas de desinformação. Conteúdo relevante para os jovens: As intervenções apresentam conteúdos e cenários relevantes para os jovens, tornando a experiência de aprendizagem relacionável e envolvente para os alunos.</p> <p>Apoio aos professores: Materiais suplementares e seminários fornecem apoio aos professores na implementação eficaz das abordagens e na integração de media literacia educação em o currículo.</p>
Ligação	https://www.fakenewskommissar.eu/

7.

Nome da melhor prática	Stampmedia
País	Bélgica
Tipo	<ul style="list-style-type: none"> Programa de formação
Ano de execução	
Contexto	
Necessidades	<p>StampMedia aborda a necessidade de melhorar as competências d literacia crítica dos meios de comunicação social entre os jovens na Bélgica. Numa era caracterizada pela rápida disseminação de informação através de vários meios de comunicação social, existe uma necessidade crescente de os jovens desenvolverem a capacidade de analisar criticamente, avaliar e criar conteúdos mediáticos.</p> <p>envolver-se na literacia mediática</p>
Objetivo envolvido	<p>As melhores práticas da StampMedia destinam-se principalmente aos jovens, em particular aos adolescentes e jovens em idade escolar, que estão a navegar no panorama cada vez mais complexo dos meios de comunicação social. Estes indivíduos são frequentemente consumidores e produtores activos de conteúdos mediáticos</p>



	<p>mas pode não ter as competências necessárias para discernir credível informação de desinformação.</p>
Objetivo principal	<p>A StampMedia é a primeira agência de comunicação social juvenil na Flandres que amplifica a voz de todos os jovens nos meios de comunicação social. A StampMedia foi reconhecida pela Associação Flamenga de Jornalistas como um "meio de informação geral". O principal objetivo da StampMedia é capacitar os jovens com conhecimentos, competências e ferramentas para se envolverem criticamente com os meios de comunicação social e contribuírem eficazmente para o discurso mediático. Ao proporcionar programas de formação e oportunidades práticas de experimentação, o StampMedia visa promover a literacia mediática, a literacia digital e as competências de pensamento crítico entre o seu público-alvo.</p>
Descrição das boas práticas	
Conteúdo	<p>A StampMedia oferece um programa de formação abrangente e uma metodologia concebida para melhorar as competências críticas de literacia mediática e de dados entre os jovens. Através de workshops, tutoria e projectos práticos, os participantes são orientados para explorar vários aspectos da produção mediática, incluindo texto, fotografia, vídeo e áudio. Além disso, o StampMedia coloca uma forte ênfase na cidadania ativa, incentivando os jovens a expressar as suas perspectivas e a participar em debates sociais através dos meios de comunicação social.</p> <p>PROJECTOS</p> <p>Os jovens podem vir até nós para experimentar o texto, a fotografia, o vídeo, o áudio, ... Orientamo-los de forma personalizada e proporcionamos-lhes workshops e sessões de formação.</p> <p>Além disso, consideram que a voz dos jovens é muito importante. Os jovens são cidadãos activos e reclamam o seu lugar na sociedade. É por isso que temos vários projectos em curso para reforçar a voz dos , trabalhando de baixo para cima e activando-os. Projectos como o Lab X e o Press Change fazem parte deste processo.</p> <p>A StampMedia também se concentra fortemente em produções feitas à medida e em projectos multimédia. Os jovens freelancers</p>



	podem
--	-------



	<p>trabalhar com eles na realização de trabalhos de vídeo e de narração.</p> <p>Além disso, colaboram regularmente com as escolas e todos podem utilizar livremente os seus tutoriais e manuais com factos divertidos, informações úteis e conhecimentos práticos.</p>
<p><i>Caraterísticas de interesse</i></p>	<p>Organiza workshops para adultos e para jovens. <i>Uma das caraterísticas mais notáveis da StampMedia é a sua abordagem de colaboração. Ao estabelecer parcerias com escolas, organizações de media e outras partes interessadas, a StampMedia cultiva um ecossistema de apoio ao envolvimento dos jovens nos media. Esta abordagem não só expande a rede de apoio como também enriquece as oportunidades de participação dos jovens na criação dos media e no discurso público.</i></p> <p><i>O objetivo central da StampMedia é a capacitação dos jovens. Através do envolvimento direto na produção dos meios de comunicação social, é dada aos jovens uma voz e uma plataforma para exprimirem de forma autêntica. Esta capacitação não só fomenta a confiança e a auto-expressão, como também incentiva a cidadania ativa, uma vez que os jovens criadores contribuem para o diálogo público e para as narrativas da comunidade.</i></p> <p><i>O StampMedia também desempenha um papel fundamental na abordagem da literacia mediática entre os jovens. Ao envolvê-los na criação de conteúdos mediáticos, o StampMedia dota os jovens participantes de competências de pensamento crítico e de uma compreensão mais profunda da produção e do consumo dos media. Esta abordagem prática da literacia mediática ajuda os jovens a navegar nas complexidades da era digital e a tornarem-se consumidores e criadores de meios de comunicação com discernimento.</i></p> <p><i>Além disso, o StampMedia oferece oportunidades de exploração e envolvimento. Quer seja através de workshops, projectos ou iniciativas multimédia, os jovens participantes são incentivados a explorar diversos formatos de meios de comunicação, tópicos e técnicas de narração. Isto fomenta a criatividade, a curiosidade e um sentido de propriedade sobre as narrativas dos media, dando aos jovens a possibilidade de moldar as histórias que são importantes para eles e para as suas comunidades.</i></p>



	<p><i>Essencialmente, o compromisso da StampMedia com a colaboração, a capacitação dos jovens e a literacia mediática cria uma plataforma dinâmica onde os jovens podem não só amplificar as suas vozes, mas também contribuir de forma significativa para o discurso mais amplo, acabando por moldar uma sociedade mais inclusiva e informada paisagem mediática.</i></p>
Ligação	<p>https://beinternetawesome.withgoogle.com/el_gr/interland</p>

8.

Nome da melhor prática	Jogo "Be Internet Awesome" e "Interland"
País	Grécia
Tipo	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de formação • Jogo sério
Ano de execução	
Conte	
<i>Necessidades</i>	Interland é um jogo em linha que visa educar as crianças sobre riscos digitais, formas de os enfrentar e preparar os cidadãos digitais do futuro.
<i>Objetivo envolvido</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudantes • Professores • Famílias
<i>Objetivo principal</i>	O objetivo do jogo é que as crianças aprendam mais sobre segurança digital e cidadania digital de uma forma interactiva e divertida. Ao jogar, as crianças ajudam outros "Internautas" a combater hackers desonestos, phishers em linha, comunicadores excessivos e rufias, praticando as competências de que necessitam para serem bons cidadãos de o mundo digital.
Descrição das boas práticas	
<i>Conteúdo</i>	Interland é um jogo gratuito, baseado na Web, concebido para ajudar as crianças a aprender cinco lições fundamentais em quatro mini-jogos diferentes, ou "terras". As crianças são convidadas a jogar para se tornarem espantosas na Internet, numa missão para desmentir piratas informáticos, afundar phishers, superar cyberbullies, ser mais espertas do que os que partilham excessos e tornar-se exploradoras seguras e confiantes do mundo em linha. Para os educadores, fornece uma série de recursos de segurança digital para serem utilizados numa sala de aula. O currículo "Be Internet Awesome" fornece aos educadores as ferramentas e os métodos necessários para para ensinar os fundamentos da segurança digital.



	Para as famílias, disponibiliza o "Be Internet Awesome Family Guide", que as ajuda a aprender sobre segurança e cidadania em linha casa e a incorporar e praticar boas práticas digitais hábitos na sua vida quotidiana.
<i>Caraterísticas de interesse</i>	Desenvolvida pela Google em parceria com várias instituições especializadas em tecnologia e educação, a campanha Be Internet Awesome promove a literacia digital e a literacia mediática junto dos jovens, das salas de aula e das famílias. O jogo Interland e grande parte do material desenvolvido foram traduzidos em várias línguas (com O grego é um).
Ligação	https://beinternetawesome.withgoogle.com/el_gr/interland

3. Investigação no terreno

3.1 Entrevistas

Este capítulo explora os principais resultados das entrevistas realizadas a nível nacional, identificando assim as principais necessidades e experiências úteis para a próxima fase do projeto e para garantir um forte impacto.

A abordagem do projeto MILES para a recolha de informações durante a fase de entrevista foi concebida para ser sistemática e inclusiva, garantindo uma compreensão abrangente do panorama da literacia mediática e dos desafios da desinformação. Esta fase enfatiza uma metodologia de entrevista qualitativa e semi-estruturada para equilibrar a necessidade de uma recolha de dados consistente com a flexibilidade para explorar tópicos que surgem naturalmente na conversa. Ao utilizar entrevistas semi-estruturadas, o projeto capta tanto respostas comparáveis como percepções únicas, contribuindo para uma compreensão mais rica das práticas de literacia mediática.

O guião da entrevista foi cuidadosamente elaborado, abrangendo uma série de tópicos relevantes. Este guia está dividido em secções temáticas que abordam as práticas actuais de literacia mediática, os desafios e obstáculos enfrentados pelos profissionais, a eficácia das técnicas existentes e as recomendações para melhorias. Para garantir a clareza e a pertinência, o guia é testado com uma pequena amostra de participantes antes da sua aplicação integral, o que permite efetuar ajustamentos com base no feedback inicial. Uma seleção diversificada de participantes é crucial para representar uma vasta gama de perspectivas no domínio da literacia mediática. Os participantes incluem educadores, especialistas em literacia mediática, decisores políticos, representantes de ONG e estudantes e pais. Este leque garante que o projeto recolhe informações dos que estão diretamente envolvidos na implementação e na experiência de iniciativas de literacia mediática. É utilizada uma estratégia de amostragem intencional para selecionar indivíduos com base nos seus conhecimentos e experiência, garantindo que os dados são ricos e perspicazes.

As entrevistas foram realizadas em vários formatos - presencial, reuniões virtuais e chamadas telefónicas - para maximizar a acessibilidade dos participantes. As gravações (com consentimento) e as notas são utilizadas para captar

respostas com precisão, ajudando na análise de dados subsequente. Para além das entrevistas individuais, o projeto MILES também beneficia das contribuições de especialistas e profissionais, que participam em workshops, painéis e discussões colaborativas. Estas sessões têm vários objectivos: permitem que os especialistas partilhem as melhores práticas, validem os resultados e informem o desenvolvimento de materiais de formação. Estas contribuições garantem que os resultados do projeto são baseados na experiência do mundo real e reflectem o pensamento mais recente em literacia mediática. Após a recolha de dados, a equipa do projeto MILES envolveu-se num rigoroso processo de análise de dados para extrair temas e padrões chave. A análise temática é utilizada, com dados categorizados em áreas como práticas bem-sucedidas na literacia mediática, barreiras à implementação e recomendações para iniciativas futuras. O processo de análise inclui a codificação e a comparação cruzada para garantir que as ideias são sistematicamente organizadas e que são identificadas as ligações entre as diferentes respostas dos participantes.

Os resultados das entrevistas e as contribuições dos especialistas foram integrados nos resultados do projeto MILES, informando diretamente a conceção de módulos de formação, kits de ferramentas para educadores e recomendações políticas. Ao aproveitar as experiências e necessidades dos diversos actores, o projeto garante que os seus recursos são relevantes e práticos. Os conhecimentos recolhidos durante esta fase orientam a criação de um conjunto de ferramentas que aborda os desafios do mundo real enfrentados pelos educadores e apoia uma educação eficaz em literacia mediática. A metodologia do projeto MILES para a recolha de informações é abrangente e colaborativa. Combinando entrevistas qualitativas com as ideias de especialistas e grupos de discussão, o projeto capta uma visão holística do panorama da literacia mediática. Esta abordagem garante que as estratégias e os recursos do projeto MILES sejam baseados em evidências e adaptáveis, permitindo que educadores, alunos e comunidades se tornem mais resistentes à desinformação. O compromisso com a inclusão e o rigor na recolha de dados apoia o objetivo geral do projeto: promover uma sociedade informada e criticamente empenhada.

3.1.1 Amostragem

O processo de amostragem segue uma estratégia de amostragem intencional, centrada na identificação de indivíduos com experiência e conhecimentos relevantes no domínio da literacia mediática. Os participantes são escolhidos com base em critérios específicos, incluindo a sua experiência profissional, função e envolvimento na literacia mediática ou em iniciativas educativas. Esta abordagem garante que o projeto beneficia de uma visão aprofundada, uma vez que cada participante traz uma perspetiva única moldada pela sua posição e experiência.

Os participantes seleccionados incluem educadores, especialistas em literacia mediática, decisores políticos, representantes de ONG e membros da comunidade, como estudantes e pais. Cada um destes grupos oferece um ponto de vista distinto sobre a eficácia e os desafios dos programas de literacia mediática. Por , os educadores fornecem informações sobre a aplicação prática da literacia mediática nas salas de aula, enquanto os decisores políticos podem discutir os quadros sistémicos e regulamentares mais amplos que afectam estas iniciativas. O envolvimento dos alunos e dos pais permite que o projeto incorpore as perspectivas das pessoas diretamente afectadas pelos esforços de literacia mediática, acrescentando uma camada valiosa de experiência aos dados recolhidos. Esta metodologia de amostragem propositada e inclusiva garante que o projeto MILES capte uma compreensão completa das necessidades e práticas da literacia mediática. Ao seleccionar estrategicamente participantes de diversas origens, o projeto é capaz de recolher dados que reflectem a natureza multifacetada da literacia mediática

a literacia e o seu papel no reforço da resiliência contra a desinformação em diferentes contextos educativos e sociais.

Na secção seguinte, resumimos os perfis e as pessoas envolvidas nas entrevistas de acordo com o seu perfil e país, tendo também em consideração os dados desagregados com base no género, tal como solicitado pela Comissão Europeia:

Países	Decisores políticos	Actores a trabalhar na escola	Partes interessadas	Homens	Mulher n	Não binário	Total de pessoas alcançado
<i>Itália</i>	5	5	2	5	7	0	12
<i>Roménia</i>	5	5	2	1	11	0	12
<i>Alemanha</i>	3	6	3	6	6	0	12
<i>Chipre</i>	6	13	2	8	13	0	21
<i>Polónia</i>	5	5	2	2	10	0	12
<i>Áustria</i>	5	5	2	2	10	0	12
<i>Bélgica</i>	6	5	2	8	5	0	13
<i>Grécia</i>	6	7	4	6	11	0	17
<i>Portugal</i>	5	5	3	8	5	0	13
Número total	46	56	22	46	78	0	124

A lista completa das pessoas envolvidas está disponível na secção de anexos da presente investigação.

3.1.2 Conceção da entrevista

As entrevistas foram conduzidas através de vários formatos, incluindo entrevistas presenciais, virtuais e telefónicas, dependendo da disponibilidade e localização dos participantes, num formato individual, levando os peritos e as partes interessadas a refletir sobre o ambiente nas escolas e as melhores abordagens para combater as notícias falsas e a desinformação, bem como os recursos para efeito e as práticas promissoras que poderiam ser replicadas noutros países europeus.

A conceção da fase de entrevista no projeto MILES foi fundamental para a recolha de informações qualitativas e aprofundadas de uma gama diversificada de intervenientes. Esta fase foi estruturada para garantir que as entrevistas não só capturassem as perspectivas individuais, mas também permitissem a exploração de temas mais amplos relevantes para a literacia mediática, a desinformação e a eficácia das intervenções educativas. O principal objetivo das entrevistas era obter uma compreensão matizada do panorama atual da educação para a literacia mediática e dos desafios relacionados com a desinformação. Através destas entrevistas, o projeto procurou identificar práticas e estratégias bem sucedidas na literacia mediática e nos esforços de pré-bunking, compreender as barreiras e os obstáculos que as diferentes partes interessadas enfrentavam na promoção da literacia mediática, reunir recomendações para melhorar os quadros educativos e as ferramentas práticas para combater a desinformação e garantir que os resultados do projeto se alinhavam com as necessidades e experiências do mundo real daqueles que estão ativamente envolvidos no campo. Estes objectivos moldaram a estrutura e o conteúdo das perguntas da entrevista, orientando a conceção para se concentrar em temas específicos, mantendo-se aberta às ideias únicas de cada participante.

O projeto utilizou uma abordagem semi-estruturada para as entrevistas. Esta conceção proporcionou um equilíbrio entre estrutura e flexibilidade, permitindo que os entrevistadores abordassem temas-chave e, ao mesmo tempo, dessem seguimento a ideias interessantes ou novas ideias introduzidas pelos participantes. As entrevistas semi-estruturadas basearam-se num conjunto de perguntas pré-definidas para garantir a coerência entre as entrevistas, mas permitiram um fluxo natural de conversação, permitindo aos participantes partilhar experiências relevantes em profundidade. A abordagem semi-estruturada assegurou a coerência na abordagem dos tópicos principais, proporcionou flexibilidade para se adaptar aos conhecimentos e interesses do participante e permitiu uma sondagem exaustiva das respostas, conduzindo a uma compreensão mais rica das questões. As entrevistas foram desenvolvidas para abranger uma série de tópicos relevantes, organizados em secções temáticas. Cada secção centrou-se num aspeto específico da literacia mediática e da desinformação, criando uma estrutura coerente para a entrevista. Procurámos obter informações sobre a formação profissional do participante, o seu papel e a sua experiência no domínio da literacia mediática ou da desinformação, ajudando a contextualizar as suas respostas. Também incluiu perguntas sobre os métodos e estratégias existentes que os participantes utilizavam ou de que tinham conhecimento para promover a literacia mediática e combater a desinformação, com o objetivo de identificar as melhores práticas e as ferramentas mais utilizadas. Também explorámos os obstáculos que os participantes enfrentaram no seu trabalho, tais como limitações de recursos, restrições institucionais ou falta de sensibilização do público, o que foi essencial para identificar áreas que necessitam de apoio adicional ou inovação. O guia incentivou os participantes a discutir o impacto e a eficácia de ferramentas, programas ou abordagens específicos e reuniu ideias para melhorar os programas de literacia mediática. Além disso, os participantes foram convidados a partilhar as suas ideias sobre as tendências emergentes na literacia mediática e os potenciais desafios futuros.

3.1.3 Considerações éticas

As considerações éticas foram fundamentais para a conceção do processo de entrevista. A equipa do projeto assegurou que os participantes fossem informados sobre o objetivo da investigação, a forma como os seus dados seriam utilizados e o seu direito de se retirarem a qualquer momento. Foi mantida a confidencialidade das informações pessoais e das respostas específicas, que só foram utilizadas para os objectivos da investigação descritos no formulário de consentimento. Todas as gravações e transcrições foram guardadas de forma segura para evitar o acesso não autorizado, mantendo a segurança dos dados durante todo o processo de investigação.

Não há considerações éticas a .

4. Resultados analíticos das entrevistas

As entrevistas realizadas no âmbito do projeto MILES centraram-se nos intervenientes, decisores políticos e actores que trabalham no ambiente escolar.

No total, participaram 22 partes interessadas, 44 decisores políticos e 61 actores que trabalham no ambiente escolar, com as seguintes estatísticas

Partes interessadas

- Total: 22
- **Género**
 - Masculino: 9 (40,9%)
 - Feminino: 13 (59,1%)
- **Funções profissionais**
 - Representantes de associações comunitárias: 6 (27,3%)
 - Especialistas em media/comunicação: 6 (27,3%)
 - Educadores e professores: 5 (22,7%)
 - Jornalistas: 4 (18,2%)
 - Outros (por exemplo, psicólogos, estudantes): 1 (4,5%)
- **Tipo de instituição/organização**
 - Associações comunitárias/ONG: 9 (40,9%)
 - Instituições de ensino: 8 (36,4%)
 - Setor privado: 2 (9,1%)
 - Outros (por exemplo, representantes dos pais): 3 (13,6%)
- **Áreas de especialização**
 - Literacia mediática: 6 (27,3%)
 - Educação geral: 5 (22,7%)
 - Jornalismo/Média: 4 (18,2%)
 - Envolvimento da comunidade: 4 (18,2%)
 - Psicologia e bem-estar: 3 (13,6%)

Decisores políticos

- Total: 46
- **Género**
 - Masculino: 21 (45,7%)
 - Feminino: 25 (54,3%)
- **Funções profissionais**
 - Responsáveis pelas políticas públicas: 18 (39,1%)
 - Professores/académicos: 16 (34,8%)
 - Representantes de ONG: 7 (15,2%)
 - Formadores/Educadores de Media: 2 (4,3%)
 - Outros (por exemplo, coordenadores de programas): 3 (6,5%)
- **Tipo de instituição/organização**
 - Setor Público/Governamental: 24 (52,2%)



- Instituições de ensino: 12 (26,1%)
- ONG: 7 (15,2%)
- Setor privado: 3 (6,5%)
- **Áreas de especialização**
 - Literacia mediática: 7 (15,2%)
 - Política e regulamentação: 17 (37,0%)
 - Educação digital/alfabetização: 10 (21,8%)
 - Jornalismo/Prática dos Média: 5 (10,9%)
 - Envolvimento da comunidade: 7 (15,2%)

Actores que trabalham na escola

- Total: 56
- **Género**
 - Masculino: 16 (28,6%)
 - Feminino: 40 (71,4%)
- **Funções profissionais**
 - Professores: 34 (60,7%)
 - Formadores/Treinadores: 12 (21,4%)
 - Assistentes universitários: 5 (8,9%)
 - Estudantes/Trabalhadores administrativos: 3 (5,4%)
 - Educadores para os media: 2 (3,8%)
- **Tipo de instituição/organização**
 - Instituições de ensino: 50 (89,3%)
 - Setor privado: 1 (1,8%)
 - Associações comunitárias: 3 (5,4%)
 - Outros: 2 (3,8%)
- **Áreas de especialização**
 - Literacia mediática: 2 (3,8%)
 - Educação (várias disciplinas): 42 (75,0%)
 - Cidadania ativa/Estudos sociais: 6 (10,7%)
 - Ciências, Humanidades e Línguas: 4 (7,1%)
 - Formação e desenvolvimento profissional: 2 (3,8%)

Nas secções seguintes, apresentamos os principais resultados das entrevistas dos perfis envolvidos.

4.1 Partes interessadas

Informações gerais

Os documentos fornecem uma visão abrangente das informações e conclusões gerais sobre os grupos-alvo envolvidos e as suas áreas de competências. Os grupos-alvo incluem um conjunto diversificado de partes interessadas, tais como estudantes, educadores, investigadores, decisores políticos e profissionais dos meios de comunicação social, contribuindo cada um deles para esforços de combate à desinformação e de reforço da literacia mediática.

O relatório da Polónia destaca o envolvimento de estudantes dos estudos de Filologia Inglesa na Universidade de Rzeszow.

O grupo de discussão grego envolveu intervenientes um verificador de factos, um representante de uma plataforma popular de verificação de factos, um membro de uma ONG que se ocupa da segurança na Internet e um representante da Divisão de Crimes Cibernéticos da Polícia Helénica. As suas competências incluem metodologias de aprendizagem inovadoras, investigação psicológica, actividades educativas, jornalismo e desenvolvimento de políticas. Centram-se no combate à desinformação, no reforço da literacia mediática nas escolas e na integração das competências digitais nos quadros educativos.

Na Áustria, as partes interessadas envolvidas incluem um criador de conteúdos mediáticos e um perito em meios de comunicação social. Discutiram a necessidade de educação para a literacia mediática, competências de pensamento crítico e metodologias de ensino actualizadas para combater as notícias falsas. Foram destacados desafios como a rápida disseminação de desinformação nas plataformas das redes sociais e a natureza ultrapassada dos actuais sistemas educativos.

Resumo das principais necessidades e desafios que surgiram

Principais necessidades e desafios Reforçar a literacia mediática Em vários relatórios, existe um consenso sobre a necessidade de incorporar sistematicamente a literacia mediática nos currículos escolares. Os esforços para ensinar os jovens a verificar a credibilidade das fontes e a discernir as informações exactas das falsas são considerados cruciais. As iniciativas actuais são muitas vezes esporádicas e limitadas à segurança na Internet e não a uma literacia mediática abrangente. Um desafio significativo é a falta de recursos e de apoio necessários para capacitar os professores a implementar eficazmente a educação para a literacia mediática. Muitas vezes, os professores não dispõem de formação suficiente nem de ferramentas tecnológicas modernas, o que dificulta a realização de uma educação eficaz para a literacia mediática. É reconhecida a necessidade de programas interdisciplinares estruturados e de formação contínua dos professores. As parcerias entre escolas, agências governamentais, ONG e o sector privado podem melhorar as iniciativas de literacia mediática. São necessárias políticas e diretrizes claras a nível nacional para garantir uma implementação coerente e eficaz nas escolas.

Recursos e práticas promissoras

Alguns recursos educativos mais importantes que foram apontados:

Projeto #FakeHunter-Edu: Um projeto educativo destinado a estudantes do ensino secundário para aumentar a sensibilização para os perigos da desinformação. Fornece formação em vídeo, kits de actividades e planos de aulas para ajudar alunos e professores a identificar e combater as notícias falsas.

Programa "Juventude Digital" da Fundação Digital Poland: Um programa que oferece recursos para o ensino da literacia digital e da educação para os media. Inclui planos de aulas, workshops e actividades concebidas para melhorar o pensamento crítico e as competências de avaliação dos meios de comunicação social entre os jovens.

Fundação Szkoła z Klasą - Fake kNOw More: Um programa de formação concebido para crianças e jovens entre os 10 e os 15 anos. Inclui jogos educativos, planos de aula e materiais centrados no desenvolvimento da resiliência contra a desinformação através da autoconsciência e da compreensão dos mecanismos psicológicos.

NASK - (Dez)informacja, czyli w co wierzyć w internecie: Um programa de formação abrangente para educadores e estudantes que abrange a identificação da desinformação, o desenvolvimento de competências de pensamento crítico e a compreensão do impacto das notícias falsas. Inclui elementos interativos e recursos práticos para educadores.

Iniciativas como os workshops "Keyboard Warriors" destinam-se a educar os estudantes sobre as ameaças da desinformação e a dotá-los de competências práticas para navegar nos meios de comunicação social de forma responsável. Estes seminários promovem o pensamento crítico e a sensibilização, ajudando os alunos a discernir informações fiáveis e a combater a desinformação, preparando-os assim para navegar eficazmente na paisagem digital.

As partes interessadas destacaram a criação de sítios Web públicos que permitem aos utilizadores verificar a autenticidade de vídeos e artigos. Estes sítios funcionam como ferramentas acessíveis para os estudantes e o público em geral verificarem a credibilidade da informação. Os workshops centraram-se no ensino dos jovens sobre cibersegurança e deteção de notícias falsas. Estas sessões práticas têm como objetivo dotar os alunos de competências para navegar no mundo digital de forma segura e responsável. Adaptado às escolas polacas, este programa ajuda tanto os alunos como os professores a desenvolver competências críticas em matéria de meios de comunicação social. Dá ênfase à aprendizagem prática e à aplicação do pensamento crítico ao consumo quotidiano dos meios de comunicação social. Oferecer oportunidades de desenvolvimento profissional contínuo aos professores para que estes melhorem os seus conhecimentos sobre literacia mediática e se mantenham actualizados com as ferramentas e metodologias mais recentes. Este aspeto é crucial para ensinar eficazmente a literacia mediática em consonância com a evolução do panorama mediático.

As partes interessadas destacaram uma variedade de recursos e programas destinados a melhorar a literacia mediática e a combater a desinformação. Estes incluem projectos educativos, programas de formação, ferramentas de verificação pública e desenvolvimento profissional contínuo para educadores. Ao tirar partido destes recursos, as instituições de ensino podem dotar os alunos das competências necessárias para avaliarem criticamente os media e resistirem à desinformação.

Espaço aberto para ideias, citações, observações, etc.

As partes interessadas sublinham a necessidade urgente de integrar uma sólida educação para a literacia mediática nos currículos escolares, a fim de promover as capacidades de pensamento crítico. Isto implica ensinar os alunos a questionar as fontes, avaliar as provas e discernir informações credíveis de afirmações enganosas ou falsas. Além disso, recomenda-se a incorporação de métodos práticos e interactivos, como a gamificação, a narração de histórias e os projectos práticos, para envolver os alunos de forma eficaz e demonstrar as implicações da desinformação no mundo real. Um desafio significativo identificado é o atraso na resposta da escola aos fenómenos digitais em rápida evolução. Os programas actuais centram-se frequentemente em medidas reactivas em vez de uma educação proactiva. Existe também uma inconsistência notável na integração da literacia mediática nas diferentes escolas e regiões. Além disso, os educadores enfrentam constrangimentos como a falta de familiaridade com as novas tecnologias, o medo, a falta de tempo e a motivação, que dificultam o ensino eficaz da literacia mediática. A colaboração entre as várias partes interessadas, incluindo escolas, ONG, empresas de tecnologia e organismos governamentais, é essencial para tirar partido de diversos conhecimentos e recursos. São necessários esforços coordenados para desenvolver um quadro eficaz de literacia mediática que envolva professores, pais e organizações comunitárias na promoção da literacia mediática e no combate à desinformação.

As práticas eficazes destacadas incluem a integração de jornalistas em contextos educativos para fornecer uma visão em primeira mão dos processos de produção e verificação de notícias. São também recomendados projectos que combinem elementos científicos e humanísticos e que envolvam profissionais de várias áreas em workshops práticos. A criação de sítios Web públicos para a verificação de vídeos e artigos e a realização de workshops sobre cibersegurança para jovens são alguns dos recursos sugeridos para combater as notícias falsas. Os pais desempenham um papel fundamental na educação para a literacia mediática. Devem ensinar ativamente os seus filhos a lidar com as notícias falsas e a desinformação, complementando os esforços das escolas. O envolvimento dos pais na compreensão da importância da literacia mediática e do seu papel no reforço destas competências em casa aumenta a eficácia global dos esforços educativos. São necessários quadros jurídicos cuidadosos que limitem a desinformação sem infringir a liberdade de expressão. As partes interessadas sublinham a importância de equilibrar as medidas regulamentares com a autorregulação das plataformas mediáticas para resolver eficazmente a questão das notícias falsas.

A formação de professores e a participação de especialistas para aumentar a sensibilização para as consequências das notícias falsas são passos cruciais. A educação e a formação contínuas dos educadores são essenciais para acompanhar os avanços tecnológicos e ensinar eficazmente a literacia mediática. Os resultados sublinham a importância de integrar a literacia mediática nos sistemas educativos, de dar resposta aos constrangimentos dos educadores e de potenciar os esforços de colaboração entre as partes interessadas. O desenvolvimento de currículos estruturados, o fornecimento de recursos de alta qualidade e a promoção de parcerias são passos cruciais para melhorar a literacia mediática e combater a desinformação. Estes conhecimentos apontam para uma abordagem abrangente que envolve métodos práticos, interactivos e de colaboração para dotar os alunos de competências essenciais de pensamento crítico e de avaliação dos meios de comunicação social.

Conclusões sobre os grupos-alvo envolvidos e a sua área de competências

Os estudantes polacos têm uma sólida formação académica em línguas e literatura, o que os dota de um pensamento crítico e de competências analíticas essenciais para avaliar os meios de comunicação e a informação. As suas opiniões são valiosas porque representam os pontos de vista de jovens adultos que são simultaneamente consumidores e críticos dos conteúdos dos media.

As partes interessadas gregas sublinharam a importância de verificar as fontes de notícias, o papel de apoio da tecnologia e a necessidade de autorreflexão sobre os instrumentos utilizados para a divulgação da informação. O grupo-alvo é constituído por investigadores e decisores políticos empenhados na educação, na literacia mediática e no envolvimento dos jovens.

Na Áustria, as partes interessadas salientaram a importância de educar o público na identificação de fontes credíveis e a necessidade de estratégias de comunicação sólidas para combater a desinformação. São cruciais os esforços para integrar a formação prática em literacia mediática nos currículos e promover a colaboração entre as instituições de ensino e os meios de comunicação social. Integrar a literacia mediática nos currículos: pode ser benéfico incorporar a literacia mediática em disciplinas existentes, como a educação cívica, ou criar módulos específicos no currículo. Reduzir as horas das disciplinas tradicionais para dar espaço à literacia mediática também pode ser uma abordagem eficaz. É essencial proporcionar programas de formação contínua aos educadores para que possam acompanhar os avanços tecnológicos e a evolução dos meios de comunicação social. Isto inclui a modernização das metodologias de ensino e a utilização de técnicas de gamificação para envolver os alunos. As escolas precisam de recursos e ferramentas tecnológicas actualizadas para implementar eficazmente iniciativas abrangentes de literacia mediática e pensamento crítico. Os investimentos nestas áreas capacitarão tanto os educadores como os alunos. A promoção de esforços unificados e de políticas coesas através da colaboração entre educadores, decisores políticos, profissionais dos meios de comunicação social e sociedade civil é vital para o sucesso dos programas de literacia mediática. A partilha de práticas e recursos promissores pode aumentar significativamente o impacto destas iniciativas.

Estas ideias realçam o papel fundamental da educação, das políticas e dos esforços de colaboração na promoção da literacia mediática e no combate à desinformação. As competências colectivas e a dedicação das partes interessadas envolvidas são fundamentais para fazer avançar estas iniciativas

4.2 Decisores políticos

Informações gerais

Os documentos fornecem informações pormenorizadas sobre os grupos-alvo envolvidos na literacia mediática e as suas áreas de competência, com especial destaque para os decisores políticos. As principais partes interessadas incluem organizações como a Agência de Desenvolvimento Regional de Rzeszów (RRDA) e o Gabinete de Trabalho da Voivodia de Rzeszów (VLO). Estas instituições desempenham um papel fundamental no desenvolvimento regional e no apoio ao emprego, cruzando-se com questões relacionadas com a literacia mediática, as notícias falsas e a desinformação devido ao seu impacto na estabilidade regional e na preparação da mão de obra.

Resumo das principais necessidades e desafios identificados

Os documentos apresentam uma visão global das necessidades e dos desafios relacionados com a literacia mediática e a desinformação, tal como identificados pelos responsáveis políticos de várias regiões. Um dos principais desafios destacados é a integração de uma educação abrangente sobre literacia mediática e pensamento crítico no currículo escolar formal. Os educadores sublinham a necessidade de programas estruturados que ensinem os alunos a analisar criticamente os conteúdos dos media, a discernir fontes credíveis e a navegar na informação digital de forma responsável. No entanto, é notória a falta de diretrizes curriculares normalizadas e de recursos adaptados a estas necessidades.

Os professores manifestam lacunas significativas na sua formação e preparação para ensinar eficazmente a literacia mediática e as competências de pensamento crítico. Muitos educadores carecem de conhecimentos específicos e de estratégias pedagógicas, o que evidencia a necessidade crítica de programas de desenvolvimento profissional contínuo que abordem a evolução dos meios de comunicação social e os avanços tecnológicos. As escolas enfrentam restrições de recursos, incluindo o acesso limitado a materiais educativos actualizados, ferramentas digitais e financiamento para programas de formação especializados. Esta situação limita o âmbito e a eficácia das iniciativas de literacia mediática que, de outra forma, poderiam dotar os alunos de competências essenciais para a era digital.

É reconhecida a necessidade de um maior envolvimento dos pais e da comunidade na promoção da literacia mediática fora da escola. Os pais sentem-se muitas vezes mal preparados para orientar os seus filhos na navegação pela informação digital e no discernimento de fontes credíveis, o que sublinha a necessidade de iniciativas educativas e de sensibilização específicas.

A ausência de políticas educativas abrangentes e de esforços coordenados entre os sectores governamental, educativo e dos meios de comunicação social representa um desafio significativo. As partes interessadas salientam a necessidade de políticas coesas que apoiem as iniciativas de literacia mediática, promovam a colaboração entre as diversas partes interessadas e atribuam recursos de forma eficaz para manter o impacto a longo prazo.

Embora os alunos sejam proficientes na utilização de plataformas digitais, muitas vezes não possuem as competências de pensamento crítico necessárias para avaliar a fiabilidade e a credibilidade da informação em linha. Há uma necessidade premente de equilibrar a proficiência tecnológica com competências sólidas de pensamento crítico para capacitar os alunos como cidadãos digitais informados e responsáveis.

Há um apelo à avaliação e medição sistemáticas do impacto dos programas de literacia mediática. Os educadores e os decisores políticos procuram informações baseadas em dados para avaliar a eficácia dos programas, identificar áreas a melhorar e justificar o investimento contínuo na educação para a literacia mediática. O contexto cultural e linguístico único do Chipre coloca desafios adicionais ao combate à desinformação e à promoção eficaz da literacia mediática. As estratégias devem ser adaptadas às nuances e línguas locais para envolver diversas comunidades e garantir a inclusão nos esforços de literacia mediática.

Para enfrentar estes desafios, é necessária uma abordagem coordenada e multilateral que dê prioridade à reforma do ensino, ao desenvolvimento profissional, à defesa de políticas e à participação da comunidade. Ao promover uma cultura de investigação crítica e de literacia mediática, o objetivo é dotar os cidadãos das competências necessárias para navegar na paisagem digital com discernimento e resiliência.

Recursos e práticas promissoras

Os decisores políticos sublinham a importância de integrar a literacia mediática no currículo escolar. Reconhecem a necessidade de um desenvolvimento profissional contínuo para os educadores acompanharem as rápidas mudanças nos media e na tecnologia. Isto inclui a utilização de plataformas e ferramentas em linha para a educação interactiva em matéria de literacia digital, projectos de colaboração entre escolas e organizações comunitárias e materiais de formação actualizados que reflectam as tendências e os desafios actuais dos meios de comunicação social.

Um recurso notável é o Programa Aprender a Discernir do IREX, que foi adaptado nas escolas polacas para ajudar os alunos e os professores a desenvolverem competências críticas em relação aos meios de comunicação social. Outro recurso importante é o NASK, um Instituto Nacional de Investigação da Polónia, que desenvolveu soluções para combater a desinformação. Este inclui o Departamento de Combate à Desinformação, a primeira unidade do género na Polónia.

As práticas promissoras destacadas pelos decisores políticos incluem o envolvimento dos alunos em projectos de comunicação social práticos que exijam pensamento crítico e criatividade, parcerias com meios de comunicação social locais para proporcionar uma experiência de comunicação social do mundo real e a incorporação de tarefas práticas de produção de meios de comunicação social nos programas de formação de professores. Recomenda-se também a realização de workshops e seminários sobre questões contemporâneas dos media. Além disso, iniciativas como o programa "Juventude Digital" da Fundação Digital Poland e o sítio Web <https://fakenews.pl/> são reconhecidos como ferramentas valiosas para desmistificar a informação manipuladora nos meios de comunicação polacos. Estes recursos fornecem uma abordagem estruturada para o ensino da literacia mediática e ajudam a criar resistência contra a desinformação.

Os decisores políticos também destacaram recursos como o InVID - WeVerify Verification Plugin, um plugin para o navegador que ajuda a desmentir notícias falsas e a verificar vídeos e imagens. Os métodos de gamificação, como a utilização do "jogo das notícias falsas" para tornar a aprendizagem da literacia mediática mais cativante, também são considerados eficazes. Em Chipre, os educadores salientam a necessidade de abordagens colaborativas, partilhando ideias e estratégias entre pares para aumentar a sua eficácia no ensino da literacia mediática. O Projeto Experiencial de Literacia Mediática liderado pela Autoridade de Radiotelevisão de Chipre é um exemplo de uma prática promissora que visa a formação contínua, assegurando que os professores se mantêm aptos a navegar em cenários mediáticos em evolução. Além disso, o Mediawijs Knowledge Center, na Bélgica, e a VRT Public Broadcaster, com o Eduboxen, são conhecidos por fornecerem ferramentas e recursos educativos especificamente concebidos para melhorar a literacia mediática dos estudantes. Estas iniciativas oferecem propostas estruturadas e estratégias de implementação, tornando a educação para a literacia mediática

mais acessível e eficaz.

Ao utilizarem estes recursos e adoptarem práticas promissoras, os decisores políticos pretendem criar um quadro sólido para a educação para a literacia mediática que capacite os alunos e os professores a interagirem criticamente com os meios de comunicação social, promovendo assim uma sociedade mais informada e democrática.

Espaço aberto para ideias, citações, observações, etc.

Os decisores políticos sublinham a necessidade essencial de integrar uma sólida educação para a literacia mediática nos currículos escolares. Salientam a importância de desenvolver nos alunos competências de pensamento crítico que lhes permitam questionar as fontes, avaliar as provas e discernir informações credíveis de afirmações enganosas ou falsas. Este processo educativo deve ser apoiado pelos pais, que desempenham um papel fundamental ao ensinarem os seus filhos a lidar com as notícias falsas e a desinformação em casa, complementando assim os esforços da escola.

São levantadas preocupações sobre os quadros jurídicos, com as partes interessadas a advertirem que os esforços para limitar a desinformação não devem infringir a liberdade de expressão. Salientam o delicado equilíbrio necessário na elaboração de políticas para proteger a liberdade de expressão e, ao mesmo tempo, combater a desinformação. Além disso, existe um desafio significativo relacionado com os recursos disponíveis para as organizações voluntárias, como o Comité de Ética dos Jornalistas, que muitas vezes carecem de financiamento e de recursos para expandir os seus esforços e obter um impacto a longo prazo.

A formação dos professores surge como uma necessidade crítica, com o consenso entre as partes interessadas de que os educadores precisam de melhor formação para apoiar efetivamente o desenvolvimento das habilidades da AMI, da alfabetização midiática e das habilidades de pensamento crítico dos alunos. Isso é agravado pelos diferentes níveis de competência digital entre os educadores, pela falta de confiança no ensino da alfabetização midiática e pelo grande número de recursos disponíveis, que podem ser confusos e difíceis de navegar.

As práticas e os recursos eficazes identificados incluem projectos práticos de meios de comunicação para os alunos, parcerias com meios de comunicação locais para proporcionar uma experiência real dos meios de comunicação e a utilização de artigos noticiosos e métodos de ensino interactivos na educação. Projectos como o programa "Learn to Discern" do IREX e o programa "Digital Youth" da Digital Poland Foundation são destacados como ferramentas valiosas para melhorar a literacia mediática entre alunos e professores.

Os decisores políticos também sublinham a importância do desenvolvimento profissional contínuo dos professores para acompanharem os avanços tecnológicos e dos media. Recomendam ferramentas práticas como o Edutheq, workshops do Saferinternet.at e o decreto sobre os media para as escolas, que oferecem apoio estruturado para integrar a literacia mediática nos currículos. A colaboração com organizações como a "Lie Detectors" para workshops sobre pensamento crítico e identificação de notícias falsas também é destacada.

Em suma, os decisores políticos salientam a necessidade de uma abordagem coordenada e multi-interveniente para melhorar a educação para a literacia mediática. Isto implica a formação contínua de professores, o desenvolvimento de currículos abrangentes, o aproveitamento de recursos práticos e a garantia de que os quadros jurídicos protegem tanto a liberdade de expressão como os esforços para combater a desinformação. Estas iniciativas têm por objetivo criar uma sociedade bem informada e com pensamento crítico, capaz de navegar nas complexidades do panorama mediático moderno.

Conclusões sobre o alvo envolvido e a sua área de competências

Os decisores políticos identificaram uma lacuna significativa na educação para a literacia mediática nos currículos regionais e nacionais. Há uma clara necessidade de programas de formação extensivos destinados aos educadores para dotar competências necessárias para ensinarem eficazmente a literacia mediática. Muitas vezes, as escolas não dispõem das ferramentas tecnológicas e do apoio necessário para implementar eficazmente a educação para a literacia mediática, o que prejudica a eficácia global desses programas.

Além disso, existe um baixo nível de sensibilização do público e dos estudantes para as notícias falsas e a desinformação. Isto indica a necessidade de campanhas educativas mais amplas para aumentar a sensibilização e melhorar a literacia mediática entre a população. Uma educação eficaz para a literacia mediática não consiste apenas em integrá-la no currículo, mas também em garantir que os educadores estão bem preparados e que o público está informado.

Os decisores políticos também reconhecem o valor das parcerias com empresas de tecnologia para fornecer as ferramentas e os conhecimentos necessários para melhorar os programas de literacia mediática. Os mecanismos de avaliação contínua são cruciais para avaliar a eficácia das iniciativas de literacia mediática, garantindo que continuam a ser relevantes e a ter impacto face à evolução dos desafios digitais.

Em suma, os decisores políticos estão a concentrar-se em colmatar as lacunas na educação para a literacia mediática, melhorar o apoio tecnológico nas escolas, sensibilizar o público e promover colaborações com várias partes interessadas para melhorar o quadro geral da literacia mediática. Estes esforços são cruciais para construir uma sociedade bem informada e resiliente, capaz de navegar nas complexidades do panorama mediático moderno

4.3 Actores que trabalham no meio escolar

Informações gerais

Os educadores que trabalham nas escolas enfrentam o desafio de integrar a literacia mediática nas suas práticas de ensino devido à falta de orientações estruturadas e de recursos básicos. É evidente a necessidade de uma formação abrangente em literacia digital e mediática, tanto para os educadores como para os alunos. Os esforços educativos actuais centram-se frequentemente na segurança da Internet, em vez de uma abordagem ampla e interdisciplinar da literacia mediática. Esta lacuna evidencia a necessidade de

e formação contínua de professores, garantindo que os educadores estão equipados para ensinar competências de literacia mediática de forma eficaz. Além disso, os educadores sublinham a importância de abordar a desinformação e as notícias falsas, o que exige que equilibrem o ensino factual com o respeito pelas emoções e pelos antecedentes culturais dos alunos.

Resumo das principais necessidades e desafios identificados

Os documentos apresentam uma análise aprofundada dos principais desafios identificados pelos intervenientes que trabalham nas escolas no que respeita à integração da literacia mediática e à luta contra a desinformação.

Um dos principais desafios apontados é a integração inconsistente da literacia mediática em várias disciplinas do currículo. Esta incoerência cria lacunas significativas nos conhecimentos dos alunos, uma vez que os educadores carecem frequentemente de formação e recursos suficientes para ensinar eficazmente a literacia mediática e combater a desinformação. Além disso, o rápido avanço da tecnologia dificulta a atualização dos currículos, resultando em métodos de ensino desactualizados que não abordam os fenómenos digitais actuais.

Outro desafio significativo é a falta de formação adequada e de desenvolvimento profissional para os professores. Muitos educadores mostram-se preocupados com a sua capacidade de reunir eficazmente competências de literacia mediática, referindo a necessidade de programas de formação contínuos e abrangentes que acompanhem a evolução do panorama mediático. Os professores também referem sentir-se sobrecarregados pelo grande volume de ferramentas e recursos digitais disponíveis, que podem ser confusos e difíceis de navegar sem a devida orientação e apoio.

As restrições de recursos são também uma questão importante, com as escolas a enfrentarem frequentemente um acesso limitado à tecnologia moderna e um financiamento insuficiente para iniciativas de literacia mediática. Isto limita o âmbito e a eficácia dos programas de literacia mediática, uma vez que os educadores se esforçam por envolver os alunos utilizando ferramentas desactualizadas ou inadequadas.

Envolver os alunos no pensamento crítico sobre a informação em linha representa outro desafio. Muitos alunos não estão empenhados e dependem fortemente da Internet para obter informações, aceitando frequentemente os conteúdos em linha pelo seu valor facial, sem análise crítica. Os professores têm dificuldade em promover uma cultura de ceticismo e de investigação crítica entre os alunos, que estão habituados à comodidade e disponibilidade imediata das fontes em linha.

Além disso, a colaboração entre professores e peritos externos é muitas vezes dificultada por práticas de ensino tradicionais e por restrições de tempo. Os educadores referem resistência à integração de novas metodologias e de conhecimentos externos nas suas práticas de ensino, o que pode limitar a eficácia da educação para a literacia mediática.

Por último, os documentos salientam as questões sistémicas mais amplas no âmbito da educação, como as pesadas cargas de trabalho académico e a natureza reactiva dos actuais programas escolares. Estes programas centram-se frequentemente na resolução de problemas imediatos, como o cyberbullying, em vez de equiparem proactivamente os alunos com as competências de pensamento crítico necessárias para navegar no mundo digital. A necessidade de uma abordagem mais estruturada e unificada da educação para a literacia mediática é evidente, exigindo esforços coordenados e o apoio de todas as partes interessadas envolvidas

Em resumo, os principais desafios identificados pelos intervenientes que trabalham nas escolas incluem a integração inconsistente da literacia mediática, a falta de formação adequada e de recursos para os educadores, o acesso limitado à tecnologia moderna, dificuldades em envolver os alunos no pensamento crítico, resistência a novas metodologias de ensino e questões sistémicas mais amplas no âmbito da educação. Para enfrentar estes desafios, é necessária uma abordagem coordenada e multi-interveniente para desenvolver programas eficazes de literacia mediática que dotem os alunos das competências necessárias para avaliar criticamente a informação digital.

Recursos e práticas promissoras

Os educadores enfrentam limitações pessoais, como a falta de familiaridade com as novas tecnologias, o medo, a falta de tempo e a motivação. O apoio tecnológico é apontado como crucial, mas o seu valor depende da forma como é utilizado. É necessária uma abordagem estruturada para integrar a literacia mediática no currículo, que é frequentemente inconsistente nas instituições de ensino.

As práticas eficazes incluem projectos de colaboração que combinam elementos científicos e humanísticos e workshops práticos com profissionais de várias áreas. A aprendizagem interactiva e prática, com recurso a ferramentas digitais, análise de dados e debates, é recomendada para ensinar o pensamento crítico e as competências de avaliação dos meios de comunicação social.

O desenvolvimento e a divulgação de recursos de elevada qualidade para o ensino da literacia mediática são essenciais. Isto inclui plataformas digitais, projectos de colaboração e oportunidades de desenvolvimento profissional para educadores. A criação de sítios Web públicos para verificação de vídeos e artigos e a realização de workshops sobre cibersegurança e deteção de notícias falsas também são importantes. A colaboração entre as partes interessadas é crucial para tirar partido de diversos conhecimentos e recursos. As parcerias entre escolas, ONG e empresas de tecnologia são vitais. A coordenação entre decisores políticos, educadores e a comunidade em geral é necessária para desenvolver um quadro eficaz de literacia mediática.

As práticas promissoras colocam a tónica em experiências de aprendizagem práticas e concretas, utilizando cenários da vida real. A gamificação e os jogos interactivos são ferramentas eficazes para envolver os alunos e ensinar a literacia mediática. O envolvimento dos alunos em projectos de produção mediática melhora a sua compreensão e as suas capacidades de avaliação crítica. As partes interessadas nos diferentes relatórios sublinham sistematicamente a necessidade de integrar a literacia mediática nos sistemas educativos,

abordar as limitações dos educadores e tirar partido da tecnologia e dos esforços de colaboração. O desenvolvimento de currículos estruturados, a disponibilização de recursos de alta qualidade e a promoção de parcerias são passos cruciais para melhorar a literacia mediática e combater a desinformação. Estes conhecimentos apontam para uma abordagem abrangente que envolve métodos práticos, interactivos e de colaboração para dotar os alunos de competências essenciais de pensamento crítico e de avaliação dos media.

Espaço aberto para ideias, citações, observações, etc.

Os professores e educadores sublinham a necessidade crítica de formação contínua e abrangente para ensinar eficazmente competências de literacia mediática. Muitos educadores sentem-se impreparados e não dispõem dos conhecimentos específicos e das estratégias pedagógicas necessárias para enfrentar a rápida evolução do panorama digital. Um professor referiu: "Precisamos de mais do que apenas literacia digital; os nossos alunos têm de decifrar a verdade da falsidade e aprender a questionar". Este sentimento é partilhado por várias instituições de ensino, evidenciando uma preocupação comum sobre a adequação dos actuais programas de formação.

Os educadores enfrentam dificuldades significativas na integração da literacia mediática nos currículos existentes devido ao acesso limitado a tecnologias e recursos modernos. Muitas vezes, têm dificuldade em envolver os alunos no pensamento crítico sobre a informação em linha. Como afirmou um educador, "os alunos aceitam frequentemente a informação da Internet pelo seu valor nominal, sem análise crítica, influenciados pela conveniência e disponibilidade imediata das fontes em linha". Esta questão é agravada pelo rápido avanço da tecnologia, o que torna difícil que os programas educativos se mantenham actuais e eficazes.

Verifica-se também uma incoerência na integração da literacia mediática nas diferentes escolas e disciplinas, o que leva a lacunas no conhecimento dos alunos. Os professores apontam para a necessidade de uma abordagem mais estruturada e unificada da educação para a literacia mediática, em vez de dependerem empenho de cada professor. Um deles observou: "A literacia mediática ainda não é uma parte formal do currículo; os esforços dependem em grande medida do empenho individual dos professores".

O envolvimento dos pais e da comunidade em geral nos esforços de literacia mediática é destacado como um fator crítico. Os educadores sublinham a importância de envolver os pais no ensino da literacia mediática em casa para complementar os esforços da escola. Esta abordagem dupla garante que os alunos recebem mensagens coerentes sobre a importância do pensamento crítico e do consumo responsável dos media, tanto na escola como em casa.

Além disso, os educadores enfrentam o desafio de abordar a desinformação e as notícias falsas na sala de aula, mantendo um ambiente de aprendizagem positivo. As discussões sobre temas emocionalmente carregados podem ser particularmente difíceis, exigindo um equilíbrio cuidadoso entre o ensino factual e a sensibilidade às emoções e antecedentes culturais dos alunos. Um professor observou: "Uma vez que as notícias falsas funcionam normalmente com emoções fortes, torna-se mais difícil

questionar e discutir".

Conclusões sobre o alvo envolvido e a sua área de competências

Em termos práticos, os educadores debatem-se frequentemente com a necessidade de envolver os alunos no pensamento crítico sobre a informação em linha, de navegar em tópicos emocionalmente carregados e de manter um ambiente de aprendizagem positivo. Muitos professores não estão familiarizados com as novas tecnologias e enfrentam limitações pessoais, como o medo e a falta de motivação, o que complica ainda mais a sua capacidade de ensinar literacia mediática. As escolas também enfrentam problemas sistémicos mais amplos, como o acesso limitado a tecnologias modernas e um currículo sobrecarregado que deixa pouco espaço para o ensino de competências práticas para a vida.

Apesar destes desafios, os educadores sublinham a importância de projectos mediáticos práticos, de parcerias com meios de comunicação social locais e da incorporação de tarefas de produção mediática nas suas práticas de ensino. Utilizam vários métodos para lidar com a desinformação, tais como debates na sala de aula, ferramentas interactivas e o incentivo aos alunos para avaliarem criticamente a informação que encontram em linha.

A integração da literacia mediática no currículo escolar continua a ser inconsistente, dependendo frequentemente do empenho de cada professor e não de uma abordagem normalizada. Este facto realça a necessidade de estratégias abrangentes e de apoio estrutural para garantir uma implementação coerente e eficaz nas escolas.

Em geral, os intervenientes que trabalham nas escolas reconhecem a importância da literacia mediática, mas enfrentam desafios significativos para a integrar eficazmente no sistema educativo. A resolução destes desafios exige um esforço coordenado para fornecer a formação, os recursos e o apoio necessários aos educadores, a fim de promover uma sociedade criticamente empenhada e com literacia mediática.

3.2 Questionários

3.2.1 Amostragem, conceção dos questionários e recolha de dados

No que diz respeito à administração dos questionários, o projeto ultrapassou o número previsto de pessoas a envolver: **em vez de 900 inquiridos, o número total de pessoas envolvidas no inquérito foi de 1159**. O número de adultos foi de 795 e 364 menores responderam ao inquérito

As questões colocadas foram organizadas nas seguintes categorias:

- 1) Perfil sociodemográfico;
- 2) Exposição a fontes de informação;
- 3) Perceção e impacto das notícias falsas;
- 4) Comportamento de procura de informação;
- 5) Literacia e educação para os media;
- 6) Necessidades, melhores práticas e exemplos;

O questionário estava disponível em linha e os parceiros convidaram diretamente a maior parte dos inquiridos. Relativamente aos menores, todos deram o consentimento dos pais, e as idades eram superiores a 12 anos.

Os questionários foram enviados por correio eletrónico e WhatsApp para a base de contactos dos parceiros, previamente selecionados de acordo com a especificidade do grupo-alvo. Foi incluída uma breve apresentação do projeto. Para os menores, quando necessário e na ausência de acordos prévios, os pedidos de colaboração foram enviados por correio eletrónico para escolas com alunos com idades compreendidas entre os 12 e os 18 anos. Após aceitação, foram entregues os consentimentos informados para serem assinados pelos pais e grande parte dos questionários foi administrada em contexto de sala de aula.

5. Resultados analíticos dos questionários

5.1 Passar da dimensão nacional à dimensão transnacional

Apesar do facto de o MILES pretender alcançar uma dimensão europeia entre países, a comparação dos resultados nacionais do projeto MILES reflecte a diversidade de abordagens e percepções em relação à literacia mediática e ao pensamento crítico no combate às notícias falsas nos participantes, trazendo uma nova luz à análise. Esta análise comparativa aprofunda as semelhanças, diferenças, tendências e percepções essenciais recolhidas dos relatórios de nações como a Grécia, Itália, Alemanha, Portugal, Chipre, Áustria, Polónia, Roménia, Bélgica e Holanda.

A comparação dos resultados nacionais do projeto MILES reflecte a diversidade de abordagens e percepções em relação à literacia mediática e ao pensamento crítico no tratamento das notícias falsas nos países participantes. Esta análise comparativa aprofunda as semelhanças, diferenças, tendências e percepções essenciais recolhidas dos relatórios de nações como a Grécia, Itália, Alemanha, Portugal, Chipre, Áustria, Polónia, Roménia, Bélgica e Holanda.

Os dados demográficos dos questionários acrescentam uma camada importante de compreensão à análise global, destacando a forma como as características dos inquiridos influenciam as suas atitudes em relação aos meios de comunicação social e às notícias falsas. Apesar das diferenças entre os países, os dados reforçam a necessidade de estratégias localizadas que considerem as variações culturais, etárias e de género para promover a literacia mediática de forma mais eficaz. As respostas aos questionários do projeto MILES fornecem informações valiosas sobre o panorama da literacia mediática, destacando níveis variados de compreensão, exposição a fontes de notícias e estratégias para combater as notícias falsas. Esta secção aprofunda as nuances das respostas, oferecendo uma análise comparativa e detalhada de temas-chave como demografia, padrões de consumo de notícias, percepções de notícias falsas e necessidades educativas nos países participantes.

A análise demográfica reforça várias tendências já observadas nos relatórios nacionais. Em primeiro lugar, existe uma correlação entre o nível educacional dos participantes e a consciência da importância

da literacia mediática. Nos países com uma maior proporção de participantes com ensino superior, Portugal, Alemanha e Áustria, foi dada maior ênfase à necessidade de competências críticas para avaliar as fontes de notícias e combater as notícias falsas. A variação de idade entre os países também fornece informações relevantes. Em países como a Grécia, onde os participantes são predominantemente mais velhos, há uma maior dependência de fontes de notícias tradicionais, como a televisão e a rádio. Em contrapartida, em países como a Alemanha e a Dinamarca, onde os inquiridos são mais jovens, a utilização das redes sociais como principal fonte de informação é muito mais frequente. As diferenças de género também são notáveis. A predominância feminina na maioria dos países pode indicar uma maior disponibilidade das mulheres para participarem em iniciativas educativas e sociais relacionadas com a literacia mediática. Este fator deve ser tido em conta no desenvolvimento de programas específicos, assegurando que as necessidades de ambos os sexos são atendidas.

A composição demográfica dos inquiridos variou significativamente entre países, o que, por sua vez, influenciou as suas percepções e práticas. Na **Grécia**, a maioria dos participantes tinha entre 46 e 55 anos, com uma elevada percentagem de mulheres (mais de 71%) e muitos profissionais do sector da educação. Este perfil demográfico alinha-se com o interesse observado na formação formalizada em literacia mediática e com o ceticismo em relação às fontes de notícias digitais. A faixa etária sugere um público já experiente no envolvimento com os media, mas que procura ferramentas para navegar nas complexidades da desinformação digital.

Em **Itália**, as respostas foram distribuídas de forma mais equilibrada pelos grupos etários, com uma participação notável de adultos mais jovens (25-35 anos). Este grupo demográfico mais jovem demonstrou uma dependência dos meios digitais e das plataformas sociais para o consumo de notícias, reflectindo tendências globais mais amplas. Os inquiridos italianos revelaram um elevado nível de preocupação com o impacto das notícias falsas, em especial nas questões sociais e na saúde pública, o que reflecte o seu envolvimento ativo nos desafios contemporâneos do ecossistema digital.

Portugal apresentou um perfil contrastante, com participantes de uma faixa etária mais alargada, mas mostrando uma concentração entre adultos de meia-idade (36-45 anos). A elevada confiança nos meios de comunicação tradicionais observada nas respostas portuguesas é indicativa de um ambiente mediático que enfatiza a responsabilidade e a qualidade, embora os programas de literacia digital tenham sido destacados como uma área a melhorar para lidar com a dependência do público mais jovem em plataformas de redes sociais como o Instagram e o TikTok.

A **Alemanha** apresentou uma mistura demográfica equilibrada, com os inquiridos com idades compreendidas entre os 25 e os 55 anos igualmente representados. Os dados indicam um conhecimento sofisticado das fontes dos media, com uma parte significativa dos participantes a verificar regularmente as informações. Os inquiridos alemães foram os únicos a preferir a rádio e os podcasts a par das plataformas digitais, revelando uma dieta mediática diversificada e uma forte tradição de confiança nos organismos públicos de radiodifusão.

Em **Chipre**, a maioria dos inquiridos eram educadores e investigadores, predominantemente com idades compreendidas entre os 36 e os 45 anos. Apesar desta experiência profissional, os participantes expressaram uma preocupação significativa quanto à sua capacidade de discernir a desinformação, sublinhando a necessidade de programas abrangentes e estruturados de literacia mediática adaptados aos contextos profissionais.

A **Áustria** revelou uma base de participantes composta maioritariamente por educadores, com 58% a identificarem-se como professores ou formadores. A faixa etária predominante foi a dos 36-55 anos, e os inquiridos sublinharam a integração do pensamento crítico nos programas de ensino existentes. Os inquiridos austríacos revelaram uma forte

confiança na identificação e no combate à desinformação, provavelmente influenciada por iniciativas educativas bem estabelecidas no país.

O relatório **da Polónia** apresenta uma panorâmica abrangente dos desafios e oportunidades da literacia mediática e do combate à desinformação. Em termos demográficos, o maior grupo de inquiridos situa-se na faixa etária dos 36-45 anos, seguido do grupo dos 25-35 anos. O número de participantes do sexo feminino é ligeiramente superior ao número de participantes do sexo masculino. Em termos de habilitações literárias, a maioria tinha licenciatura ou pós-graduação, com uma forte representação de educadores, investigadores e psicólogos. As plataformas de redes sociais e os sítios Web de notícias em linha foram identificados como as fontes dominantes de notícias, sendo o TikTok e o Facebook considerados os mais susceptíveis de difundir notícias falsas.

A Roménia e a Bélgica apresentaram grupos mais jovens nas suas respostas, com uma presença notável de estudantes e profissionais em início de carreira. Enquanto os participantes romenos destacaram os desafios no acesso a fontes credíveis, os inquiridos belgas indicaram um nível mais elevado de envolvimento com recursos institucionais para a literacia mediática, reflectindo a sólida infraestrutura educativa da rede GO!

Os Países Baixos, com a sua população experiente em tecnologia, revelaram uma tendência única de utilização de ferramentas digitais para a verificação dos media. Os inquiridos tinham predominantemente idades compreendidas entre os 25 e os 45 anos, com uma forte proficiência em inglês, o que permitiu o acesso a recursos globais sobre literacia mediática.

5.2 Comparação

Na **Grécia**, os inquiridos destacaram um grupo demográfico predominantemente mais velho entre os inquiridos, com uma proporção significativa de educadores e académicos. Os participantes mostraram uma consciência aguda dos riscos colocados pelas notícias falsas, juntamente com um forte interesse em programas educativos formais para combater a desinformação. Os inquiridos gregos consumiram predominantemente notícias através de plataformas em linha, mas manifestaram preocupação com a fiabilidade destas fontes. Esta situação reflecte os resultados obtidos noutros países, embora a ênfase na formação formal para combater a desinformação pareça particularmente pronunciada na Grécia.

Os resultados da Itália revelaram uma demografia etária diversificada, embora ligeiramente mais jovem do que a da Grécia, com uma representação significativa do sector da educação. Os inquiridos italianos também mostraram uma forte dependência de plataformas digitais para o consumo de notícias. A ênfase em ferramentas práticas para identificar e combater as notícias falsas foi notável, com muitos participantes a defenderem o desenvolvimento de aplicações e plataformas de fácil utilização para facilitar a verificação dos factos. Esta abordagem técnica distingue a resposta da Itália de outras nações que dão prioridade a intervenções institucionais ou curriculares.

Portugal destaca-se com um dos mais elevados níveis de confiança nas notícias entre os países participantes. Este facto é atribuído aos esforços institucionais para promover a literacia mediática através de reformas educativas e campanhas de sensibilização do público. No entanto, a disseminação persistente de desinformação, particularmente durante crises como a pandemia da COVID-19, sublinha a necessidade de iniciativas educativas sustentadas. Os inquiridos portugueses sublinharam a integração do pensamento crítico e das práticas de verificação de factos no currículo escolar, alinhando-se de perto com as tendências europeias mais amplas.

Na **Alemanha**, a análise revelou um equilíbrio entre o consumo de meios de comunicação tradicionais e digitais. Os inquiridos revelaram elevados níveis de consciência crítica e uma abordagem proactiva para verificar a informação, tirando partido tanto dos recursos institucionais como de ferramentas independentes. A integração da literacia mediática no currículo do sistema educativo alemão contribui provavelmente para esta atitude proactiva. No entanto, continua a ser necessário colmatar as lacunas nos grupos demográficos mais velhos, que tendem a confiar mais nos meios de comunicação tradicionais sem se envolverem tanto em práticas de verificação.

Chipre apresentou um caso interessante em que os inquiridos expressaram uma preocupação significativa quanto à sua capacidade de discernir notícias falsas. Este facto é parcialmente atribuído a uma menor prevalência de iniciativas estruturadas de literacia mediática em comparação com outras nações. As conclusões sublinharam a importância da introdução de quadros educativos abrangentes destinados tanto a adultos como a jovens, destacando o papel dos educadores na promoção do pensamento crítico.

Na **Áustria**, era evidente um elevado nível de literacia mediática, especialmente entre os jovens e os profissionais do sector da educação. Os inquiridos demonstraram capacidade para avaliar criticamente as fontes de informação, o que reflecte o sucesso de programas educativos específicos e de campanhas de sensibilização. A abordagem austríaca dá ênfase a workshops interactivos e ferramentas digitais, centrando-se na capacitação dos indivíduos para identificarem e combaterem a desinformação de forma independente.

A Roménia enfrentou desafios notáveis, tendo os participantes relatado uma maior exposição a notícias falsas e um acesso limitado a recursos para verificação. Isto sublinha uma lacuna significativa nas infra-estruturas de literacia mediática, particularmente nas zonas rurais. Os inquiridos romenos expressaram um forte interesse em programas educativos específicos e apoio institucional, sinalizando uma necessidade premente de intervenção tanto a nível político como comunitário.

A Bélgica, representada pela rede GO!, demonstrou um envolvimento abrangente com a literacia mediática entre educadores e estudantes. A integração do pensamento crítico nos programas de ensino parece ser uma prática bem estabelecida, mas os inquiridos identificaram a necessidade de ferramentas e recursos mais avançados para acompanhar a evolução do panorama da desinformação.

Nos **Países Baixos**, a tónica no aproveitamento da tecnologia para combater as notícias falsas foi proeminente. Os inquiridos holandeses destacaram a utilização de plataformas e aplicações digitais para verificar a informação, a par dos métodos educativos tradicionais. O elevado nível de proficiência em inglês entre a população facilitou o acesso a recursos internacionais, enriquecendo o discurso nacional sobre a literacia mediática.

Em todos os países, surgiram tendências comuns, incluindo a crescente dependência das plataformas digitais para a obtenção de notícias, o impacto generalizado da desinformação e o reconhecimento universal da necessidade de melhorar a literacia mediática. No entanto, as estratégias e prioridades variaram significativamente. Os países do Sul da Europa, como a Grécia e a Itália, tenderam a enfatizar as reformas institucionais e a divulgação educativa, enquanto os países do Norte da Europa, como a Alemanha e os Países Baixos, se inclinaram para a integração de tecnologias avançadas e ferramentas independentes.

Estes resultados sublinham a importância de adaptar as iniciativas de literacia mediática aos contextos culturais, demográficos e tecnológicos específicos de cada país. O projeto MILES fornece um robusto

quadro para promover a colaboração transnacional, garantindo a partilha e a adaptação das melhores práticas para reforçar a resiliência contra a desinformação em toda a Europa.

Este relatório prepara o terreno para uma exploração mais profunda das metodologias e dos resultados do projeto MILES, defendendo o investimento contínuo na literacia mediática como uma pedra angular da resiliência democrática na era digital. Se necessário, podem ser acrescentados mais detalhes a secções específicas ou podem ser abordados pontos de comparação adicionais.

5.3 Padrões de consumo de notícias

Em todos os países, as plataformas digitais surgiram como a fonte predominante de notícias. As plataformas de redes sociais como o Facebook, o YouTube e o Instagram foram frequentemente citadas na **Grécia, Itália, Portugal e Roménia**, enquanto as plataformas profissionais como o LinkedIn e os sites agregadores de notícias foram mais comuns na **Alemanha** e na **Áustria**.

A dependência da televisão como fonte de notícias variou, com **Portugal e a Grécia** a mostrarem um maior envolvimento em comparação com os **Países Baixos**, onde a televisão tradicional desempenhou um papel menos significativo. Os podcasts e a rádio foram muito populares na **Alemanha** e na **Áustria**, o que reflecte as preferências culturais por formatos de media auditivos.

Os inquiridos em **Chipre e na Roménia** identificaram lacunas na sua capacidade de discernir a fiabilidade das fontes em linha, o que se correlaciona com níveis mais elevados de exposição a notícias falsas. Esta situação contrasta com a **Bélgica** e os **Países Baixos**, onde os inquiridos demonstraram maior confiança na sua capacidade de identificar fontes credíveis, graças a iniciativas específicas de literacia mediática.

5.4 Percepções das notícias falsas

A percepção das notícias falsas como uma ameaça social foi unânime em todos os países, embora o grau de preocupação tenha variado. Na **Grécia e em Itália**, os inquiridos identificaram as plataformas de redes sociais como os principais vectores de desinformação, com uma ênfase significativa no papel dos influenciadores e nos conteúdos não verificados gerados pelos utilizadores. Do mesmo modo, os participantes **romenos** referiram a prevalência do sensacionalismo e dos conteúdos com carga emocional como factores significativos de desinformação.

Portugal e a Áustria demonstraram níveis relativamente elevados de confiança nas fontes de notícias institucionais, atenuando a percepção da ameaça das notícias falsas. No entanto, os participantes nestes países reconheceram o desafio de combater a desinformação durante as crises, como a pandemia de COVID-19, que perturbou a dinâmica de confiança tradicional. Na **Polónia**, o relatório salienta que, embora a maioria dos inquiridos se depare com notícias falsas e as considere uma ameaça significativa para a democracia e a política, existe uma lacuna notável na educação formal em matéria de literacia mediática. A maioria dos participantes indicou uma falta de formação em pensamento crítico ou competências de literacia mediática, sublinhando a necessidade de intervenções específicas. Apesar disso, muitos inquiridos empenham-se ativamente na verificação das notícias, fazendo referências cruzadas com várias fontes e utilizando plataformas fiáveis de verificação de factos.

Em **Chipre**, os inquiridos manifestaram uma maior vulnerabilidade às notícias falsas devido ao acesso limitado a ferramentas de verificação robustas. Em contrapartida, **os Países Baixos** destacaram a utilização proactiva de soluções tecnológicas e plataformas de verificação de factos, reforçando uma cultura de responsabilidade no consumo de notícias.

5.5 Necessidades educativas e melhores práticas

A necessidade de melhorar a literacia mediática surgiu como um tema consistente em todos os países. **A Grécia** e **Chipre** salientaram o desenvolvimento de programas de formação de base destinados a educadores e estudantes, reflectindo uma lacuna nos currículos formalizados. **A Itália** e **a Roménia** defenderam a integração do pensamento crítico e da literacia digital nas políticas educativas nacionais, com destaque para o combate à desinformação relacionada com questões sociais e políticas.

A Alemanha e **a Áustria** apresentaram quadros maduros de literacia mediática, tendo os inquiridos apelado à realização de mais workshops interactivos e simulações em tempo real para enfrentar os desafios emergentes. **A Bélgica** salientou a importância da colaboração intersectorial entre escolas, ONG e agências governamentais para sustentar uma agenda abrangente de literacia mediática.

Portugal e **os Países Baixos** sublinharam a importância de tirar partido da tecnologia para combater as notícias falsas. Os inquiridos portugueses apoiaram o desenvolvimento de aplicações móveis para a verificação de factos, enquanto os participantes neerlandeses defenderam ferramentas alimentadas por IA para detetar a desinformação em tempo real.

5.6 Principais informações

A análise comparativa revela que, embora os países enfrentem desafios comuns no combate às notícias falsas, as suas estratégias reflectem contextos socioculturais e institucionais únicos. As nações com sistemas educativos robustos, como a **Alemanha**, **a Áustria** e **a Bélgica**, demonstram maior confiança na literacia mediática, enquanto países como a **Roménia** e **Chipre** destacam lacunas nos recursos e na formação.

A utilização proactiva da tecnologia, como se vê nos **Países Baixos**, oferece um modelo para integrar a inovação nas iniciativas de literacia mediática. Simultaneamente, a ênfase na criação de confiança e no envolvimento da comunidade em **Portugal** e **na Grécia** ilustra a importância da adaptação cultural no combate à desinformação.

Esta análise detalhada fornece uma base para intervenções personalizadas no âmbito do projeto MILES, garantindo que as estratégias se alinham com as necessidades e capacidades específicas de cada país. Mais investigação e colaboração serão fundamentais para o avanço de um quadro europeu coeso para a literacia mediática e o pensamento crítico na era digital.

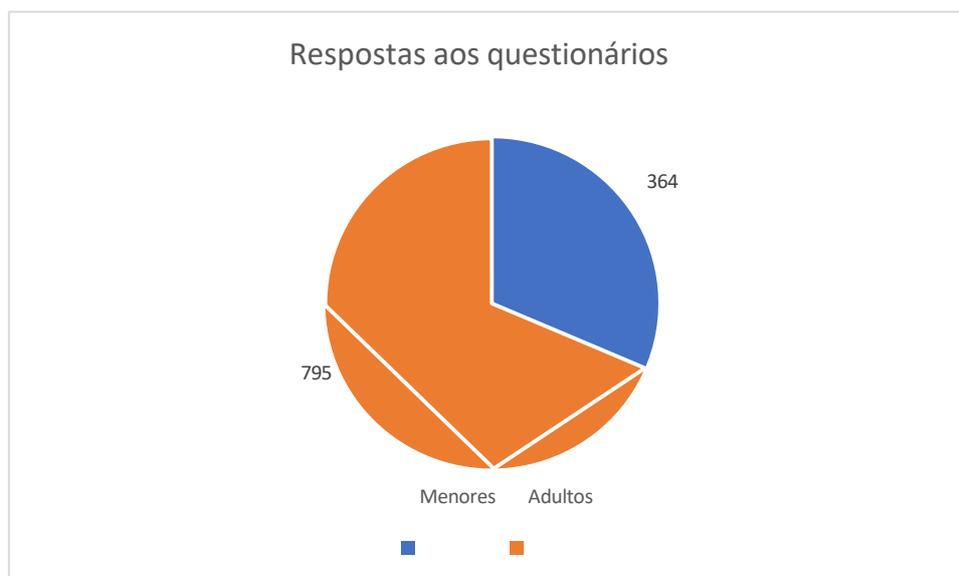
Gráficos e números

5.7. Perfil sócio-demográfico

Respostas aos questionários

Os questionários foram adoptados de modo a ter um inquérito principal com adultos e outro com perguntas ajustadas para menores. O número total de inquiridos inquérito foi de 1159. O número de adultos foi de 795 e 364 menores responderam ao inquérito. Em primeiro lugar, o nosso relatório abordará apenas as respostas dos adultos e as respostas dos menores serão descritas nos últimos números.

Gráfico 1

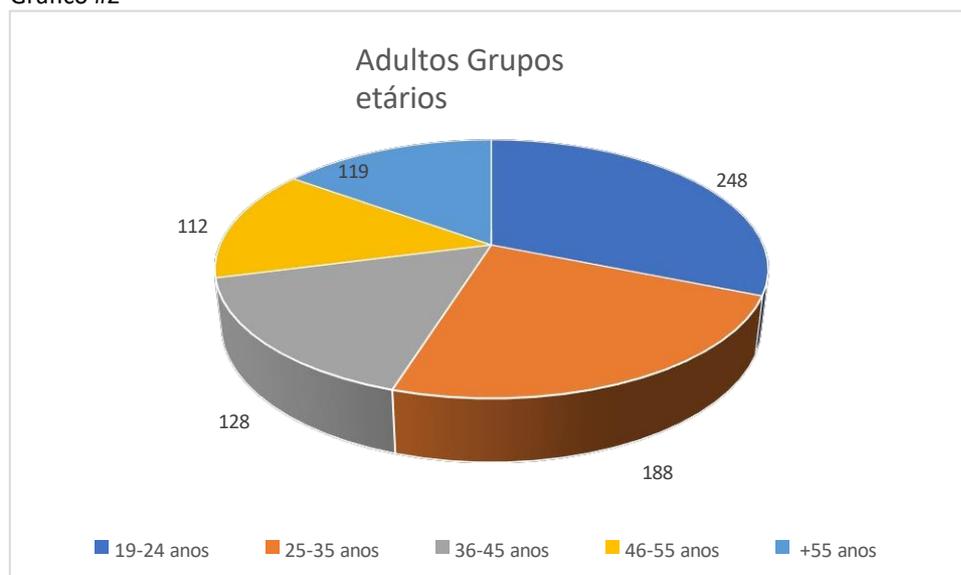


Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Grupos etários

Os grupos etários dos adultos que responderam ao inquérito tiveram uma maior participação nos grupos etários dos 19 aos 24 anos e dos 25 aos 35 anos. A distribuição dos inquiridos por estes grupos etários fornece um contexto importante para a interpretação dos resultados do inquérito. A predominância do grupo etário dos 25-35 anos sugere que este grupo demográfico pode ter uma influência significativa nos resultados globais. Entretanto, a representação de adultos mais velhos (+55 anos) indica uma vasta gama de idades dos participantes, que pode fornecer perspectivas diversas sobre questões como a literacia mediática, a exposição à desinformação e outros tópicos abrangidos pelo inquérito. Compreender a distribuição etária é crucial para analisar a forma como os diferentes grupos etários percebem e se envolvem com os media e a informação.

Gráfico #2



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Distribuição por género dos adultos

No que diz respeito à distribuição dos adultos por género, a partir do grupo de inquiridos no inquérito, o gráfico está dividido em três segmentos, cada um representando uma categoria diferente de identificação de género entre os participantes.

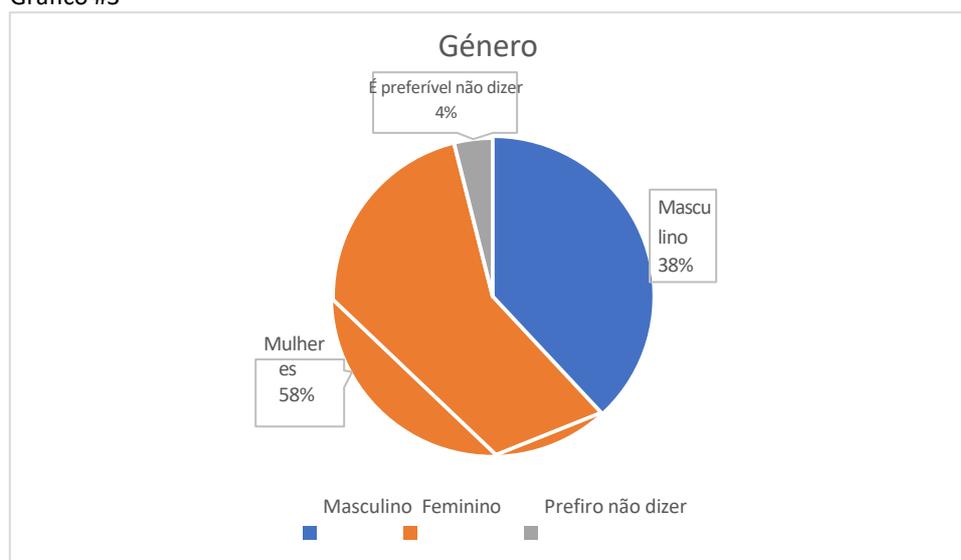
Mulher (58%): O maior segmento do gráfico circular é representado pela cor laranja, o que indica que 58% dos inquiridos se identificaram como sendo do sexo feminino. Esta presença maioritária sugere que o inquérito teve uma taxa de participação mais elevada de mulheres do que de outros géneros.

Homens (38%): O segundo maior segmento, apresentado a azul, representa 38% dos inquiridos que se identificaram como homens. Esta proporção indica que uma parte significativa, mas mais pequena, dos participantes no inquérito eram homens.

Prefiro não dizer (4%): Um pequeno segmento a cinzento, que representa 4% do total, indica os inquiridos que optaram por não revelar o seu género. Esta opção é importante para manter a inclusividade e respeitar a privacidade dos participantes que podem não querer especificar o seu género por razões pessoais.

A distribuição por género neste inquérito mostra uma maior representação de mulheres em comparação com os homens, com uma percentagem muito pequena de participantes que optaram por não revelar o seu género. Esta repartição demográfica é crucial para compreender as perspectivas e experiências representadas no inquérito, uma vez que o género pode influenciar os hábitos de consumo dos meios de comunicação social, as percepções das notícias falsas e o envolvimento em iniciativas de literacia mediática. Esta distribuição deve ser tida em conta na análise de outros resultados do inquérito, uma vez que pode afetar a generalização das conclusões à população em geral.

Gráfico #3



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Nível de educação

O gráfico de barras abaixo ilustra a distribuição dos adultos inquiridos com base no seu nível de . Cada barra representa um nível de ensino diferente, desde o ensino básico até ao ensino superior, e a altura das barras corresponde ao número de inquiridos em cada categoria.

No extremo inferior do espetro, um pequeno número de adultos inquiridos completou apenas o ensino básico. Isto sugere que a maioria dos participantes no inquérito prosseguiu os seus estudos para além do nível elementar, o que indica uma amostra geralmente bem instruída. Subindo na escala educativa, o número de inquiridos com o ensino secundário é superior ao dos que têm apenas o ensino básico, embora ainda represente uma parte relativamente pequena do grupo total. Isto pode incluir indivíduos que podem ter entrado no mercado de trabalho diretamente após o ensino secundário ou que optaram pela formação profissional em vez do ensino superior.

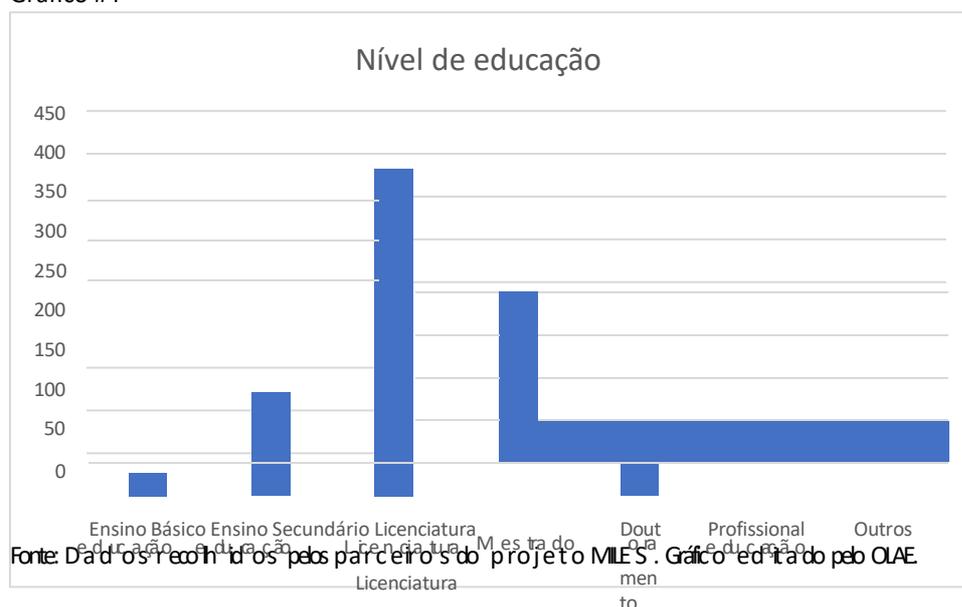
O nível de educação mais comum entre os inquiridos é o grau de bacharelato, conforme indicado pela barra mais alta do gráfico. Isto sugere que uma parte significativa dos participantes no inquérito concluiu estudos de licenciatura, reflectindo um grupo demográfico com um bom nível de formação e uma base sólida no ensino superior. Logo a seguir estão os que têm um , o segundo maior grupo do inquérito. A presença de um número substancial de participantes com formação de nível superior reflecte um compromisso com a aprendizagem avançada e uma maior especialização nas suas áreas de estudo.

Um segmento menor dos inquiridos possui um doutoramento, o que indica que menos participantes atingiram este nível mais elevado de realização académica. É provável que este grupo inclua indivíduos que se dedicaram a uma investigação extensiva e a estudos especializados, contribuindo para um elevado nível de especialização académica e profissional na população inquirida.

O gráfico mostra também um pequeno número de inquiridos que o ensino profissional. Esta categoria inclui provavelmente indivíduos que seguiram uma formação especializada e desenvolveram competências em ofícios ou profissões específicas, oferecendo um percurso educativo prático e orientado para a carreira. Por último, a categoria "Outros", que regista o menor número de inquiridos, sugere que muito poucos participantes não se enquadram na categoria

os percursos educativos tradicionais enumerados. Isto pode incluir formas de ensino não tradicionais, como métodos de aprendizagem alternativos ou certificações que não se alinham com as outras categorias.

Gráfico #4



Profissão

O gráfico de rosca abaixo ilustra a distribuição profissional ou ocupacional dos inquiridos em várias categorias. O maior grupo, designado por "Outros", inclui 281 inquiridos, indicando uma vasta gama de profissões não especificamente classificadas no gráfico. Este facto sugere a existência de diversas origens entre os participantes.

O segundo maior grupo é constituído por "Estudantes universitários", com 187 inquiridos, o que revela um envolvimento significativo de indivíduos envolvidos no ensino superior. Este grupo demográfico é fundamental nos debates sobre literacia mediática, dado o seu envolvimento ativo com os meios digitais.

Os "Educadores/Professores", com 197 inquiridos, representam um segmento crucial, uma vez que estão diretamente envolvidos no ensino da literacia mediática. As suas perspectivas são vitais para compreender os desafios e as oportunidades na educação relacionados com este domínio.

Os segmentos mais pequenos incluem "Investigadores" (26 inquiridos), "Jornalistas" (31 inquiridos) e "Psicólogos" (27 inquiridos). Os investigadores fornecem conhecimentos académicos, os jornalistas contribuem com perspectivas sobre o impacto da desinformação nos meios de comunicação social e os psicólogos oferecem uma compreensão dos efeitos cognitivos e emocionais da desinformação.

Por último, há 46 inquiridos "Desempregados". Embora não estejam associados a uma profissão específica, a sua inclusão ajuda a captar uma perspetiva social mais alargada.

De um modo geral, o gráfico realça a diversidade de antecedentes profissionais dos inquiridos, contribuindo cada um deles com conhecimentos valiosos para as conclusões do inquérito sobre literacia mediática e desinformação.

Gráfico #5



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

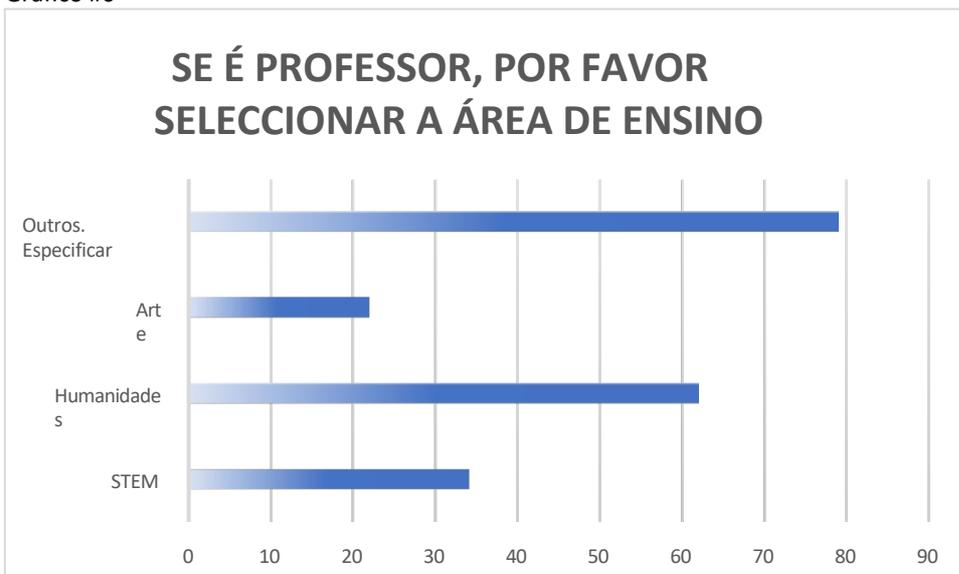
Especialização em ensino

Relativamente às áreas de especialização dos professores, como ilustrado no Gráfico #6, a categoria "Outros" tem o maior número de professores, indicando que muitos educadores se especializam em áreas não especificamente listadas no gráfico. A seguir, "Humanidades" também tem um número significativo de professores, reflectindo uma forte representação em disciplinas como a história, as línguas e as ciências sociais.

"STEM" (Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática) tem uma representação moderada, mostrando um número substancial de professores que se concentram nestas disciplinas técnicas e científicas. A "Arte" tem o menor número de professores entre as categorias, o que sugere que é a área de ensino menos representada no inquérito.

Em geral, o gráfico mostra uma distribuição diversificada das competências de ensino, com uma ênfase notável em "Outros" e "Humanidades", enquanto "Arte" e "STEM" têm representações menores, mas ainda assim importantes.

Gráfico #6



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

5.8 Exposição a fontes de notícias

O gráfico circular abaixo ilustra a distribuição das principais fontes de notícias dos inquiridos, permitindo escolhas múltiplas. O gráfico está dividido em vários segmentos, cada um representando um meio diferente através do qual os inquiridos consomem principalmente notícias.

O maior segmento é o das redes sociais, apresentado a azul, indicando que uma parte significativa dos inquiridos confia nas plataformas de redes sociais como a sua principal fonte de notícias. Isto reflecte a tendência crescente de as pessoas recorrerem a plataformas como o Facebook, o Twitter e o Instagram para obterem informações e actualizações em tempo real.

Os jornais/sítios Web em linha, representados a laranja, são outra fonte importante de notícias para os inquiridos, o que realça a importância contínua das organizações noticiosas tradicionais que transitaram para formatos digitais. Isto sugere que, embora as redes sociais sejam populares, continua a haver uma forte preferência por sítios de notícias específicos para reportagens aprofundadas.

A televisão é apresentada a cinzento e representa uma parte substancial dos hábitos de consumo de notícias dos inquiridos. Apesar da ascensão dos meios digitais, a televisão continua a ser uma fonte crucial de notícias, especialmente para certos grupos demográficos que podem preferir uma cobertura noticiosa visual e em direto.

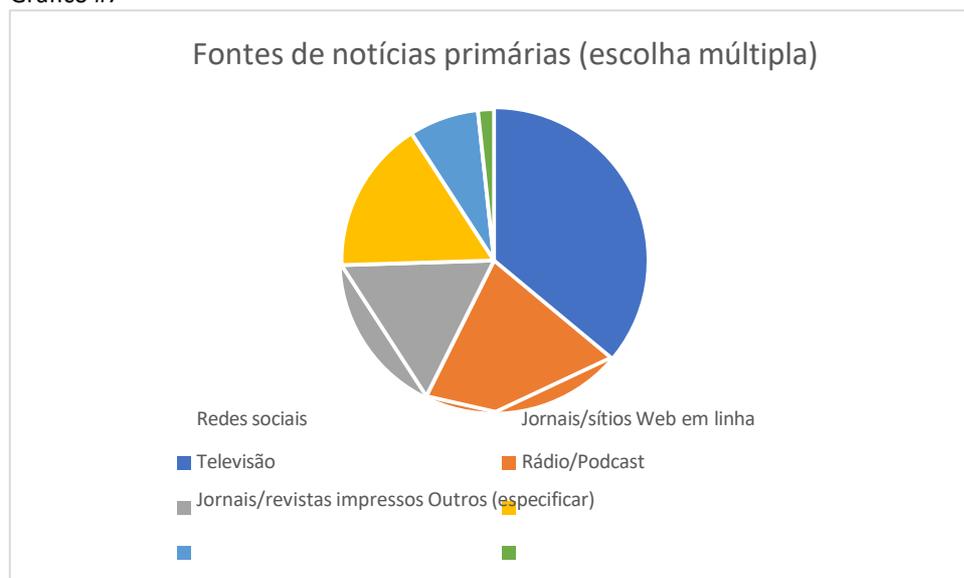
A rádio/podcasts, representados a amarelo, representam uma percentagem menor, mas ainda assim notável, das principais fontes de notícias dos inquiridos. Isto indica que os meios áudio, incluindo tanto as emissões de rádio tradicionais como os podcasts modernos, continuam a desempenhar um papel significativo na forma como as pessoas acedem às notícias.

Os jornais/revistas impressos estão representados a azul claro, mostrando que um grupo mais pequeno de inquiridos ainda prefere os meios de comunicação impressos tradicionais. Este segmento, embora mais pequeno, sublinha a atual relevância das publicações físicas num mundo cada vez mais digital.

Por último, um pequeno segmento verde designado por Outros representa fontes alternativas de notícias especificadas pelos inquiridos. Pode tratar-se de publicações de nicho, boletins informativos ou outras formas de comunicação social não abrangidas pelas categorias principais.

De um modo geral, o gráfico revela uma gama diversificada de hábitos de consumo de notícias entre os inquiridos, com uma forte ênfase nos meios digitais e sociais, embora uma parte significativa ainda dependa de plataformas tradicionais como a televisão, a rádio e a imprensa escrita.

Gráfico #7



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Frequência de envolvimento com novos conteúdos

O gráfico n.º 8 ilustra a frequência com que os inquiridos se envolvem com conteúdos noticiosos. O gráfico está dividido em quatro categorias: "Diariamente", "Várias vezes por semana", "Semanalmente" e "Menos frequentemente", cada uma representando diferentes níveis de consumo de notícias.

A barra maior representa a categoria "Diariamente", mostrando que uma maioria significativa dos inquiridos interage com conteúdos noticiosos. Isto indica um elevado nível de interação regular com as notícias, sugerindo que manter-se informado é uma prioridade diária para muitos participantes.

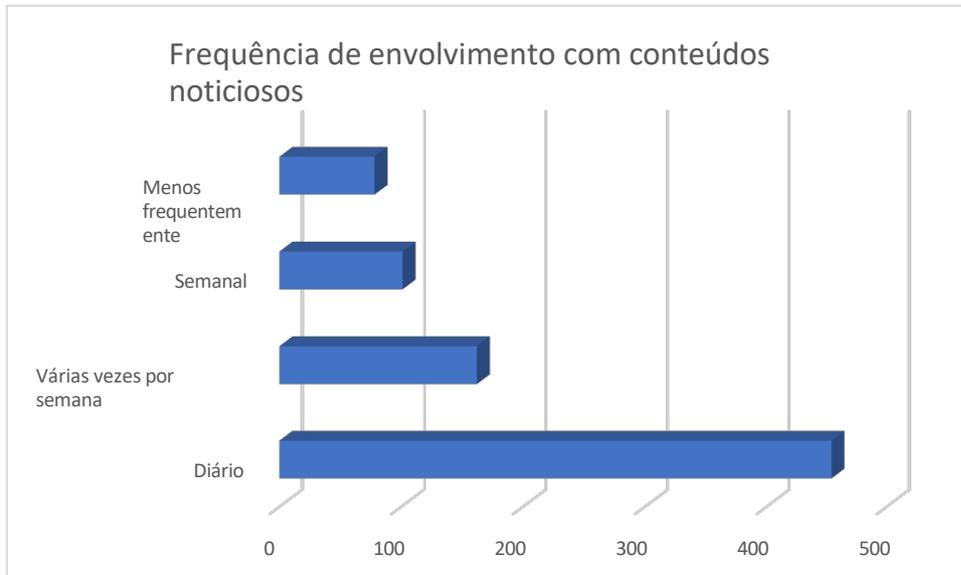
O segundo maior grupo é "Várias vezes por semana", indicando que um número substancial de inquiridos acede às notícias várias vezes ao longo da semana, mas não necessariamente todos os dias. Este grupo ainda mantém um envolvimento frequente com os conteúdos noticiosos, embora com uma intensidade ligeiramente inferior à dos consumidores diários.

O envolvimento "semanal" é representado por uma barra mais pequena, mostrando que alguns inquiridos preferem ver as notícias uma vez por semana. Este grupo pode representar indivíduos que se envolvem com as notícias de forma mais selectiva ou aqueles que preferem digerir as notícias em sessões maiores e menos frequentes.

A barra mais pequena indica a categoria "Menos frequentemente", em que os inquiridos se envolvem com conteúdos noticiosos com menos frequência do que uma vez por semana. Este grupo é provavelmente constituído por indivíduos que têm um interesse limitado nos acontecimentos actuais ou que preferem manter-se informados por outros meios ou em intervalos mais longos.

De um modo geral, o gráfico revela que a maioria dos inquiridos está altamente envolvida com conteúdos noticiosos numa base regular, sendo o consumo diário o mais comum. Esta elevada frequência de envolvimento reflecte um forte interesse em manter-se informado e sugere que as notícias desempenham um papel importante na vida quotidiana de muitos participantes.

Gráfico #8

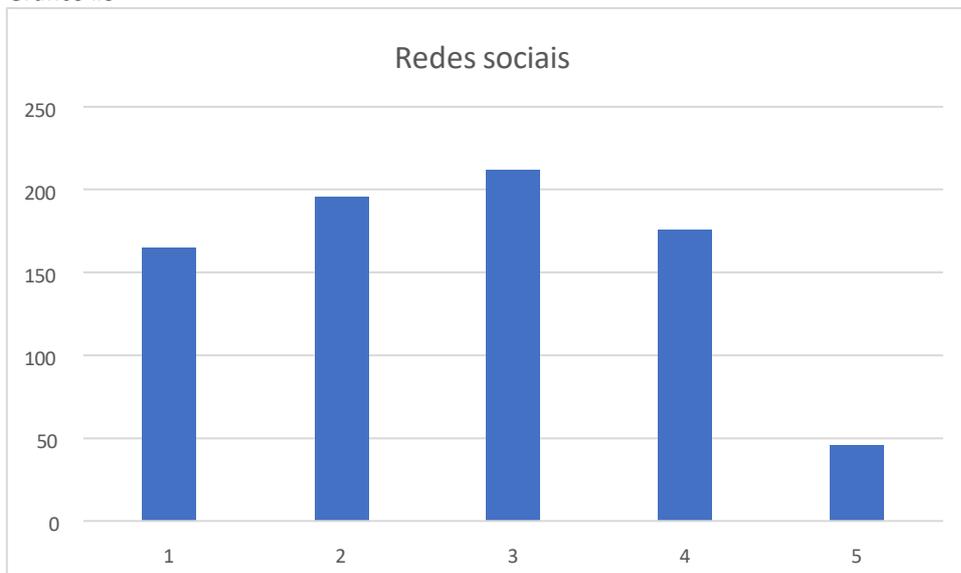


Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Fonte de notícias: Redes sociais

Quando questionados sobre o seu nível de confiança nas diferentes fontes de notícias, em termos de redes sociais, os inquiridos parecem ter diferentes percepções de fiabilidade das fontes, mas tal não está alinhado com os seus hábitos, uma vez que algumas das plataformas mais utilizadas não são as mais fiáveis.

Gráfico #9

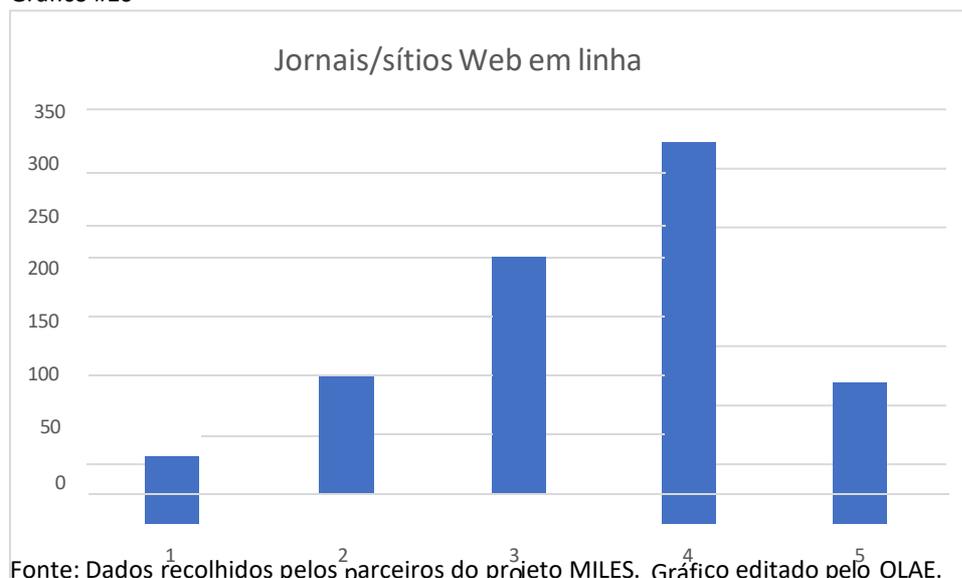


Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Fonte de notícias: jornais e sítios Web em linha

O gráfico número 10 ilustra a credibilidade que os inquiridos têm nos jornais e sítios Web em linha, revelando que, embora haja alguma variação nos níveis de confiança, a maioria dos inquiridos vê os jornais e sítios Web em linha como fontes de informação fiáveis, com um número significativo a colocá-los nas categorias de maior fiabilidade. Isto sugere que as plataformas noticiosas digitais desempenham um papel crucial na disseminação da informação e que, em geral, os participantes no inquérito confiam nelas.

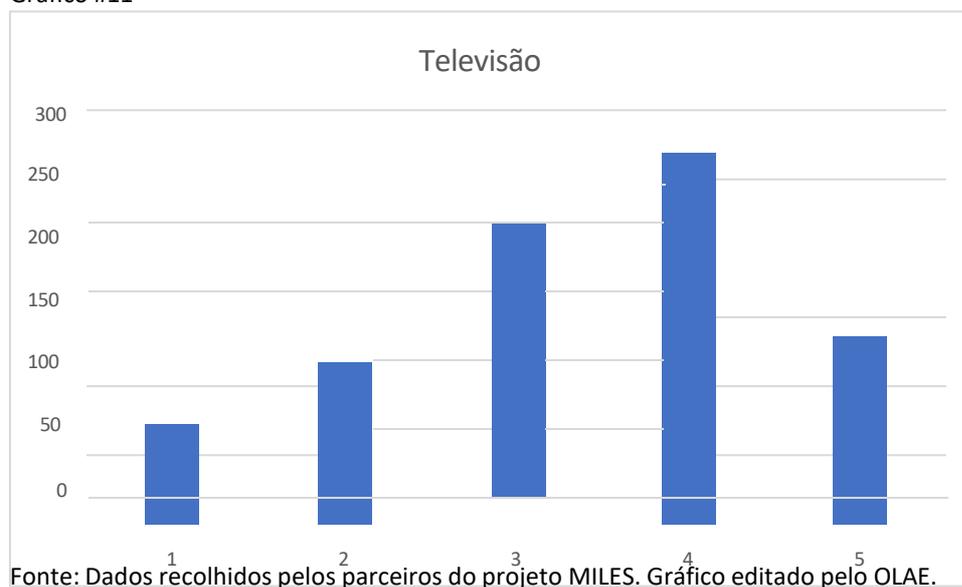
Gráfico #10



Fonte de notícias: televisão

Em resumo, o gráfico número 11 mostra que, embora haja alguma variação nos níveis de confiança, a televisão é geralmente vista como uma fonte fiável de informação pela maioria dos inquiridos, com muitos a colocarem-na nas categorias de maior fiabilidade. Isto sugere que, apesar do aumento dos meios digitais, a televisão continua a manter uma posição forte como fonte de notícias fiável para muitas pessoas.

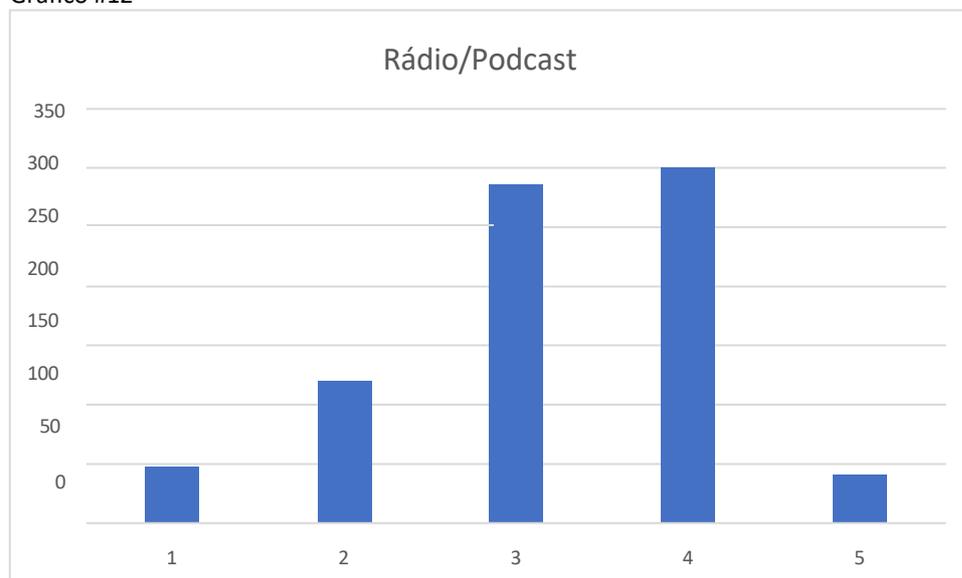
Gráfico #11



Fonte de notícias: rádio/podcast

O gráfico seguinte (Gráfico #12) mostra que a maioria dos inquiridos considera a rádio e os podcasts como fontes de informação fiáveis, com uma forte ênfase nos níveis de confiança moderados a elevados. Isto reflecte a relevância contínua dos meios de comunicação áudio no fornecimento de notícias e informações credíveis e de confiança a um vasto público.

Gráfico #12



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Fonte de notícias: jornais/revistas impressos

Globalmente, o gráfico 13 sugere que os jornais e revistas impressos são geralmente considerados como fontes de informação mais ou menos fiáveis pela maioria dos inquiridos, com muitos a colocá-los nas categorias de maior fiabilidade. Isto indica que a imprensa escrita tradicional continua a manter uma posição forte como fonte fiável de notícias e informações.

Gráfico #13

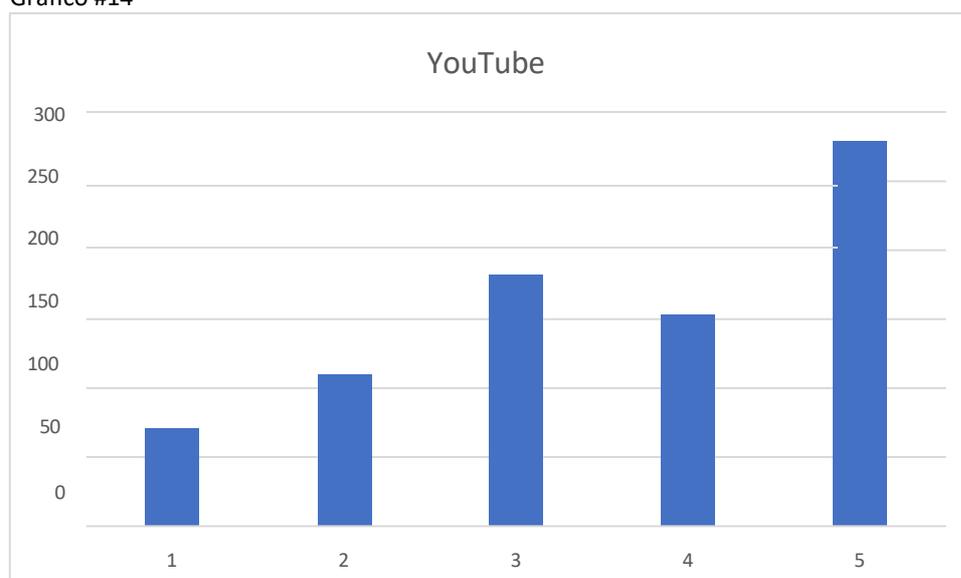


Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Youtube

O gráfico de barras (Gráfico 14) representa as percepções dos inquiridos sobre a probabilidade de o YouTube divulgar notícias falsas, utilizando uma escala de 1 a 5, em que 1 indica a menor probabilidade e 5 indica a maior probabilidade. A distribuição mostra que uma pequena parte dos inquiridos considera altamente improvável que o YouTube divulgue notícias falsas, o que sugere alguma confiança na plataforma. No entanto, à medida que as classificações aumentam, há uma mudança notável, com um número significativo de inquiridos a atribuir uma classificação de 3, indicando uma preocupação moderada com a possibilidade de o YouTube divulgar notícias falsas. As classificações mais elevadas, em particular 5, apresentam a barra mais alta, reflectindo que uma parte considerável dos inquiridos acredita que é muito provável que o YouTube divulgue notícias falsas. Isto sugere que, apesar da popularidade do YouTube, existe uma preocupação significativa entre os utilizadores quanto ao potencial de desinformação plataforma, especialmente devido à sua vasta gama de conteúdos gerados pelos utilizadores.

Gráfico #14



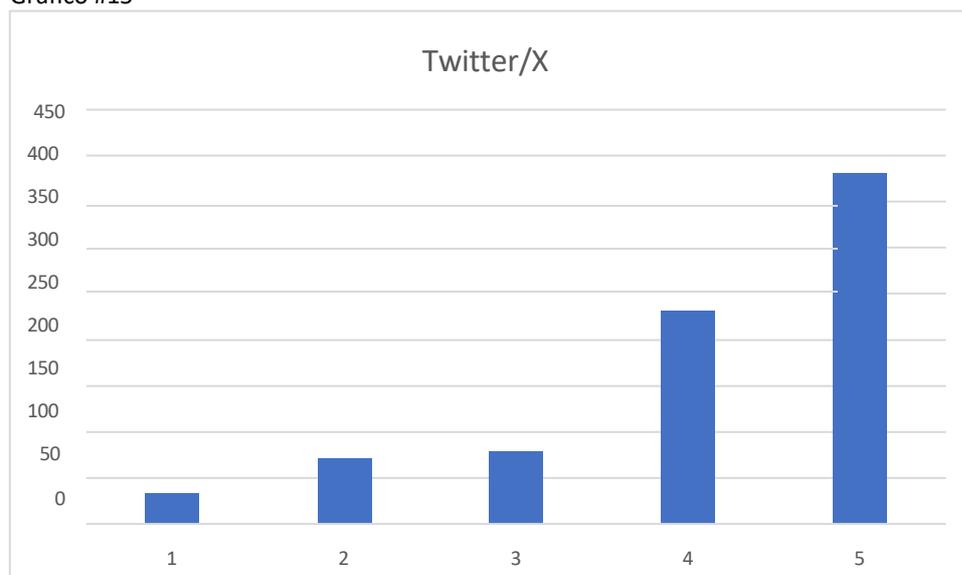
Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Twitter

O gráfico de barras número 15 mostra a percepção dos inquiridos sobre a probabilidade de o Twitter (agora conhecido como X) difundir notícias falsas, utilizando uma escala de 1 (menos provável) a 5 (mais provável). A primeira barra, que representa aqueles que acreditam que é menos provável que o Twitter divulgue notícias falsas, é bastante curta, indicando que poucos inquiridos confiam na plataforma nesta medida. À medida que as classificações aumentam, verifica-se um aumento modesto do número de inquiridos que classificam o Twitter 2 ou 3, o que reflecte as preocupações crescentes com o potencial da plataforma para disseminar desinformação.

Os resultados mais significativos estão nas classificações mais elevadas: muitos inquiridos classificaram o Twitter com 4, e um grupo ainda maior colocou-o com 5, indicando que a maioria dos inquiridos acredita que o Twitter tem uma grande probabilidade de espalhar notícias falsas. Isto sugere que existe um ceticismo considerável quanto à fiabilidade da informação no Twitter, provavelmente devido à natureza acelerada da plataforma, à prevalência de conteúdos não verificados gerados pelos utilizadores e à frequente propagação de rumores e desinformação. Estes dados sublinham os desafios que o Twitter enfrenta para ser visto como uma fonte fiável de informação, com muitos utilizadores a verem-no como uma plataforma onde as notícias falsas podem facilmente proliferar.

Gráfico #15



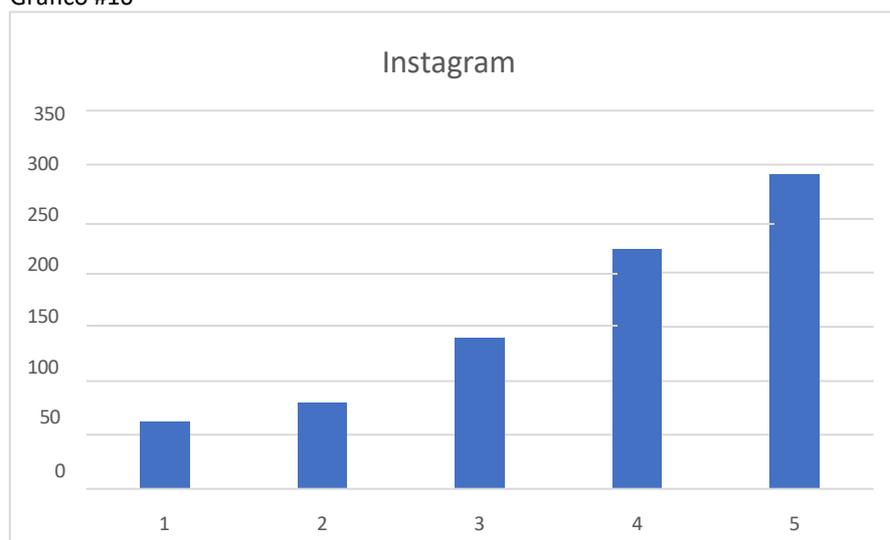
Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Instagram

O próximo gráfico de barras (Gráfico 16) ilustra as percepções dos inquiridos sobre a probabilidade de o Instagram divulgar notícias falsas, numa escala de 1 (menos provável) a 5 (mais provável). Os dados indicam que menos inquiridos acreditam que é altamente improvável que o Instagram espalhe notícias falsas, com algum aumento dos consideram que é um pouco provável, reflectindo preocupações sobre a credibilidade da informação partilhada numa plataforma fortemente impulsionada por conteúdos gerados pelos utilizadores. À medida que as classificações aumentam, uma parte significativa dos inquiridos coloca o Instagram no nível 4 ou 5, com a barra mais alta a ser 5, o que sugere que muitos inquiridos utilizam esta fonte.

O Instagram, apesar da sua popularidade, corre um risco significativo de ser uma plataforma onde a desinformação pode facilmente proliferar, especialmente devido à sua ênfase no conteúdo visual e à influência de utilizadores populares que podem nem sempre verificar as informações que partilham.

Gráfico #16



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

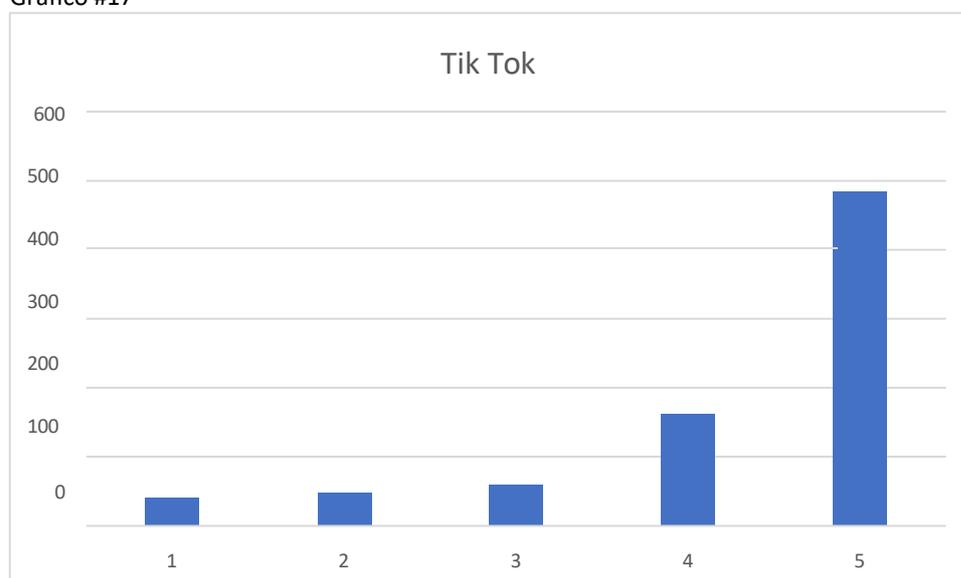
TikTok

O gráfico de barras número 17 ilustra as percepções dos entrevistados sobre o TikTok como fonte de notícias falsas, usando uma escala de 1 (menos provável) a 5 (mais provável). O gráfico revela que um pequeno número de inquiridos acredita que é pouco provável que o TikTok espalhe notícias falsas, como indicado pelas barras mais curtas para as classificações 1 e 2. O número de inquiridos aumenta ligeiramente no nível 3, reflectindo uma preocupação moderada com o potencial da plataforma para disseminar desinformação. No entanto, a característica mais marcante deste gráfico é o aumento acentuado de inquiridos que classificam o TikTok nos níveis 4 e 5, com a barra do nível 5 a ser a mais alta por uma margem significativa. Isso indica que a maioria dos entrevistados acredita que o TikTok tem grande probabilidade de espalhar notícias falsas.

Estes dados põem em evidência uma questão crítica: apesar da imensa popularidade do TikTok, especialmente entre o público mais jovem, é visto por muitos como uma plataforma onde a desinformação pode facilmente espalhar-se. O formato do TikTok, que dá ênfase a vídeos curtos e envolventes que são rapidamente consumidos e partilhados, pode contribuir para esta percepção. O rápido consumo de conteúdos e a facilidade com que os vídeos se tornam virais no TikTok podem tornar mais difícil para os utilizadores discernir a exatidão das informações apresentadas.

O facto de o TikTok ser visto como uma importante fonte de notícias falsas, mas continuar a atrair uma vasta base de utilizadores, levanta questões importantes sobre a literacia mediática e o papel das redes sociais na formação da percepção do público. Sugere a necessidade de redobrar os esforços para educar os utilizadores, em especial o público mais jovem, sobre a avaliação crítica do conteúdo que consomem nessas plataformas. Além disso, destaca a responsabilidade de plataformas como o TikTok de implementar medidas mais fortes para evitar a propagação de desinformação. Apesar da sua reputação como fonte de notícias falsas, a utilização generalizada do TikTok sublinha a sua influência significativa, tornando-o um meio de comunicação poderoso, tanto de forma positiva como potencialmente prejudicial. Esta dualidade representa um desafio para a sociedade: como aproveitar os benefícios dessas plataformas e, ao mesmo tempo, mitigar os riscos associados à disseminação de desinformação.

Gráfico #17



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

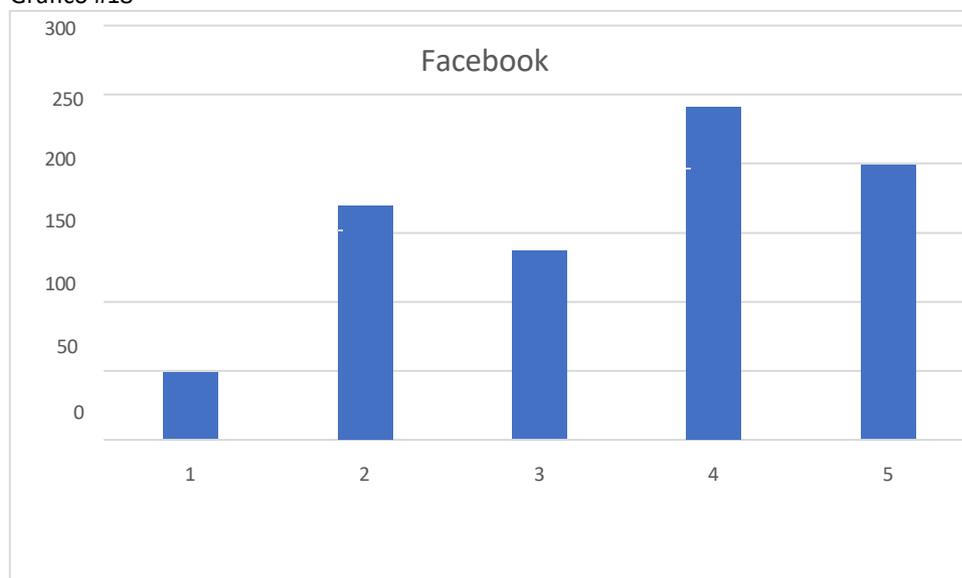
Facebook

O próximo gráfico de barras (Gráfico 18) mostra as percepções dos entrevistados sobre a probabilidade de o Facebook espalhar notícias falsas, usando uma escala de 1 (menos provável) a 5 (mais provável). O gráfico mostra que uma pequena parte dos entrevistados classificou o Facebook como menos provável de espalhar notícias falsas, como indicado pela barra mais curta para a classificação 1. Há um aumento notável no número de inquiridos que classificaram o Facebook no nível 2, o que sugere que mais participantes têm algumas reservas quanto à fiabilidade da plataforma. O número de inquiridos que classificaram o Facebook no nível 3 é ligeiramente inferior, indicando uma preocupação moderada com a disseminação de notícias falsas na plataforma.

As descobertas mais significativas do gráfico estão nos níveis 4 e 5. A barra para o nível 4 é a mais alta, mostrando que muitos entrevistados acreditam que o Facebook tem a probabilidade de espalhar notícias falsas. A barra para o nível 5, embora ligeiramente mais curta do que o nível 4, ainda representa uma parte substancial dos inquiridos que consideram que o Facebook tem grande probabilidade de espalhar desinformação. Esta distribuição sugere que um número significativo de utilizadores é cético quanto exatidão das informações no Facebook e vê-o como uma plataforma onde predominam as notícias falsas.

Esta percepção é crítica, dada a extensa base de utilizadores do Facebook e o seu papel como uma importante fonte de notícias e informação para milhões de pessoas em todo o mundo. A preocupação de que o Facebook possa difundir notícias falsas reflecte preocupações mais amplas sobre a capacidade da plataforma para gerir e filtrar conteúdos de forma eficaz, em especial devido ao seu historial de lutas contra a desinformação. Apesar destas preocupações, o Facebook continua a ser amplamente utilizado, o que realça o desafio de equilibrar o seu papel como ferramenta de comunicação vital com a necessidade de garantir a exatidão e a fiabilidade da informação que dissemina. Esta tensão sublinha a importância dos esforços contínuos para melhorar a moderação dos conteúdos e aumentar a literacia mediática dos utilizadores.

Gráfico #18



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

5.9 Perceção e impacto das notícias falsas

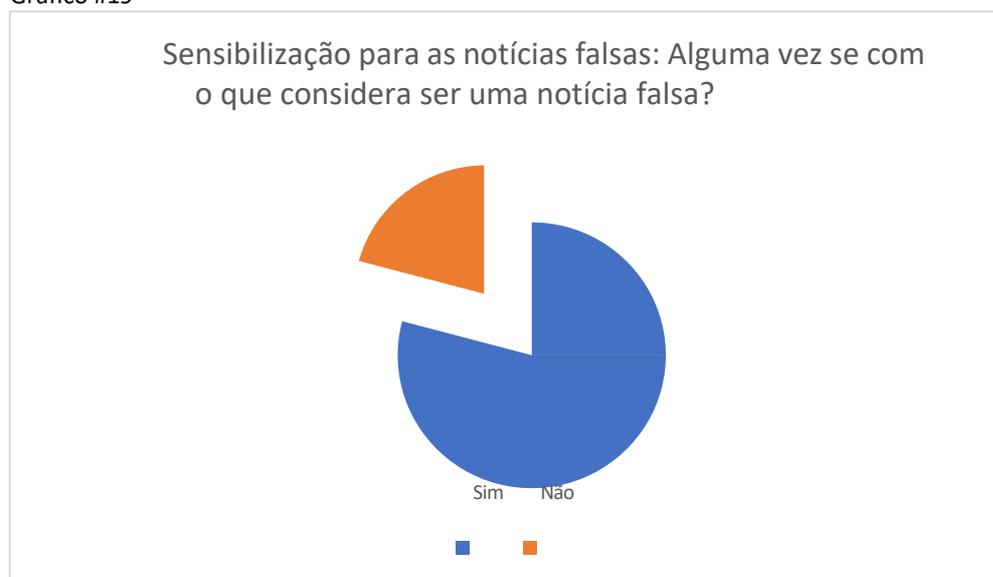
O que é uma notícia falsa?

No que diz respeito à perceção sobre a disseminação e o impacto das notícias falsas, o gráfico circular (Gráfico #19) ilustra o conhecimento dos inquiridos sobre as notícias falsas, abordando especificamente se alguma vez encontraram conteúdos que consideram ser notícias falsas.

O segmento azul domina o gráfico, indicando que a grande maioria dos inquiridos já se deparou, de facto, com o que consideravam ser notícias falsas. Isto sugere um elevado nível de consciencialização entre os participantes relativamente à presença de desinformação nos meios de comunicação social que consomem. O segmento laranja, embora significativamente mais pequeno, mostra que uma minoria dos inquiridos não encontrou ou reconheceu notícias falsas na sua experiência.

Em geral, este gráfico destaca a prevalência de notícias falsas, ou pelo menos a perceção da disseminação de notícias falsas no panorama da informação, com a maioria dos inquiridos a indicar que foram expostos a conteúdos enganadores ou falsos. Esta sensibilização generalizada sublinha a importância da literacia mediática e das competências de pensamento crítico para ajudar os indivíduos a identificar e a reagir às notícias falsas, ou pode, de facto, mostrar que a maioria dos nossos inquiridos está ciente das notícias falsas e de como as detetar.

Gráfico #19



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

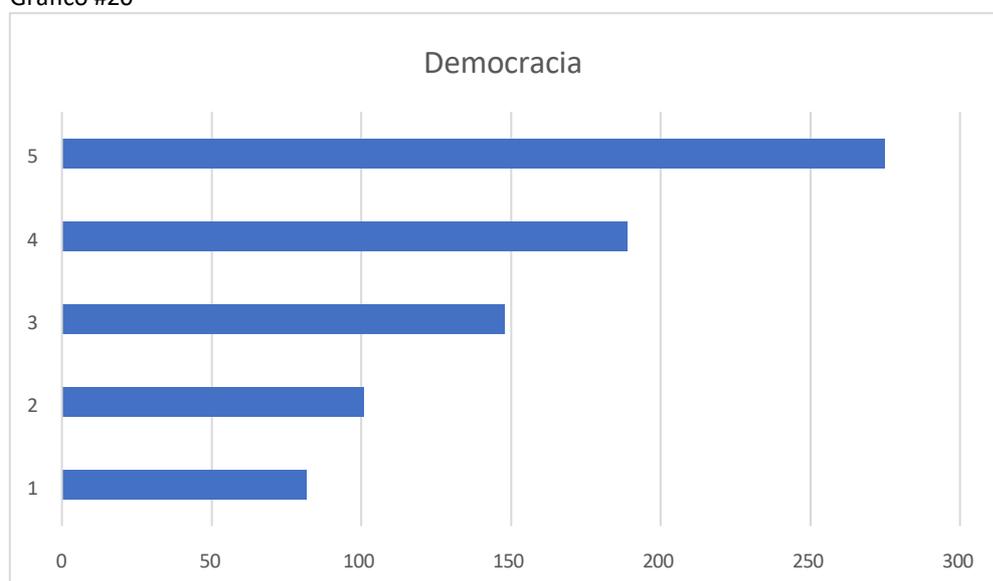
Impacto das notícias falsas na democracia

O próximo gráfico de barras (Gráfico #20) representa a opinião dos inquiridos sobre que ponto acreditam que as notícias falsas têm impacto na democracia. As respostas são medidas numa escala de 1 a 5, em que 1 indica o menor impacto e 5 indica o impacto mais significativo.

O gráfico mostra que a maioria dos inquiridos acredita que as notícias falsas têm um impacto substancial na democracia, com o maior número de inquiridos a selecionar 5, a classificação máxima de impacto. O segundo maior número de inquiridos classificou o impacto em 4, o que indica uma forte preocupação com a influência das notícias falsas nos processos democráticos.

Menos inquiridos selecionaram classificações de 3, 2 e 1, indicando que, embora alguns acreditem que o impacto é moderado a mínimo, o consenso geral é que as notícias falsas representam uma séria ameaça à democracia. Isto sugere uma perceção generalizada de que a desinformação pode minar as instituições democráticas e a integridade das eleições, levando a um efeito potencialmente desestabilizador na governação.

Gráfico #20



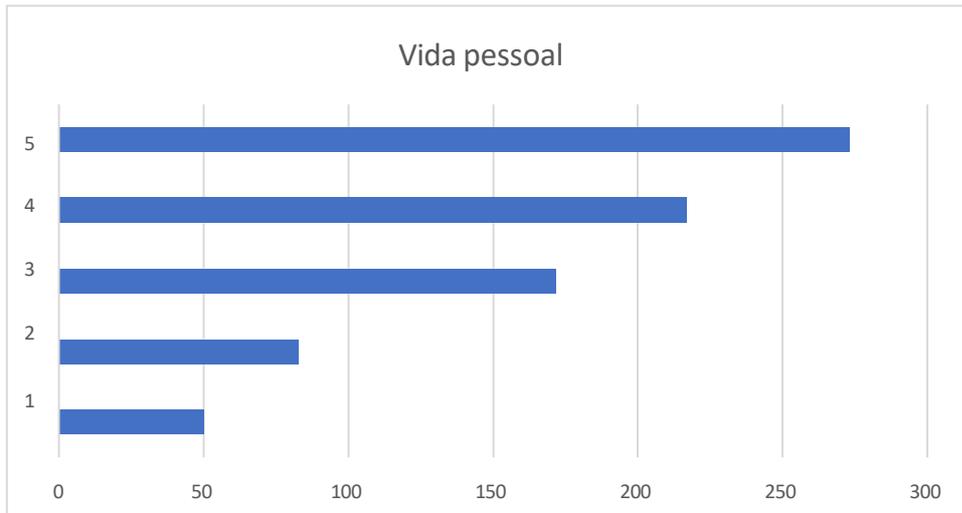
Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Impacto das notícias falsas na vida pessoal

Os dados mostram que um número considerável de inquiridos acredita que as notícias falsas têm um forte impacto na vida pessoal, como mostra o Gráfico #21, com o maior número de inquiridos a selecionar 5, indicando um efeito significativo. Seguem-se os que classificaram o impacto em 4, o que sugere que muitos participantes consideram que as notícias falsas podem influenciar profundamente as decisões pessoais, as relações e o bem-estar geral.

Um número menor de inquiridos classificou o impacto como moderado (3), e um número ainda menor selecionou 2 ou 1. Esta distribuição sugere que, embora alguns indivíduos acreditem que o impacto das notícias falsas na vida pessoal é menos grave, a maioria considera-o um problema sério.

Gráfico #21



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

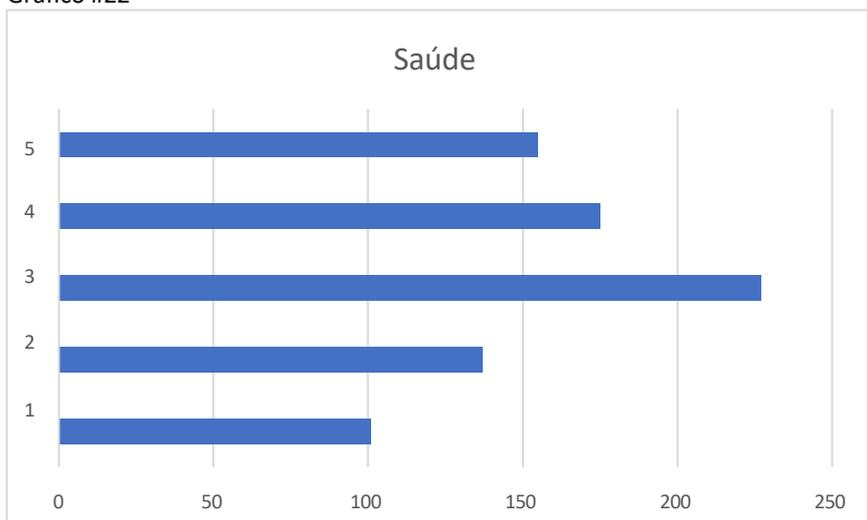
Impacto das notícias falsas na saúde

A barra mais proeminente no Gráfico #22 corresponde à classificação de 3, indicando que uma parte significativa dos inquiridos acredita que o impacto das notícias falsas na saúde é moderado. Isto sugere que, embora os inquiridos reconheçam que as notícias falsas podem afetar as decisões e percepções relacionadas com a saúde, muitos consideram este impacto nem mínimo nem extremo.

As barras para as classificações 4 e 5 também são substanciais, indicando que muitos inquiridos acreditam que as notícias falsas têm um impacto forte a muito forte na saúde. Estas respostas sublinham a preocupação com o facto de a desinformação poder ter consequências prejudiciais, como a divulgação de informações falsas sobre a saúde ou a hesitação em relação a tratamentos médicos.

Menos inquiridos selecionaram as classificações 1 e 2, o que sugere que apenas uma minoria acredita que o impacto das notícias falsas na saúde é mínimo.

Gráfico #22



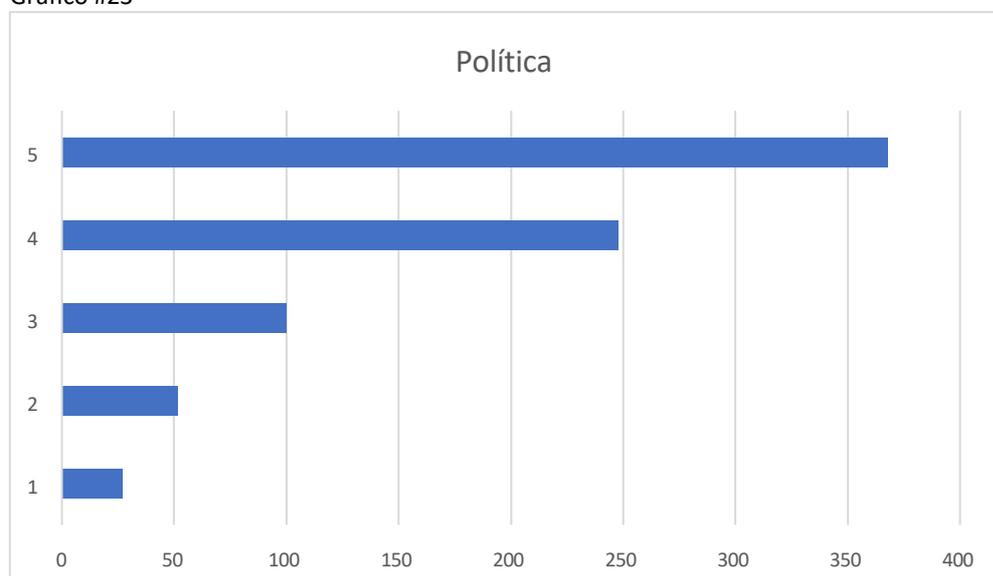
Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Impacto das notícias falsas na política

O gráfico seguinte (Gráfico #23) indica claramente que a maioria dos inquiridos acredita que as notícias falsas têm um impacto muito forte na política, como evidenciado pela barra mais longa no nível 5. Isto sugere uma preocupação generalizada de que a desinformação pode influenciar significativamente os resultados políticos, a opinião pública e os processos democráticos. A segunda resposta mais situa-se no nível 4, sublinhando ainda mais que muitos participantes consideram que as notícias falsas têm um efeito substancial no panorama político.

Menos inquiridos classificaram o impacto no nível 3, com um número ainda menor a selecionar os níveis 2 e 1, indicando que apenas uma minoria acredita que as notícias falsas têm um efeito moderado a mínimo na política. Em geral, os dados evidenciam um forte consenso de que as notícias falsas são um fator importante para moldar o discurso e as decisões políticas, reflectindo preocupações profundas sobre o seu potencial para minar a estabilidade política e a confiança nas instituições democráticas.

Gráfico #23



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Como avaliar a credibilidade das notícias

O gráfico de pizza (Gráfico #24) ilustra os métodos que os inquiridos utilizam para avaliar a credibilidade de uma fonte de notícias. O gráfico está dividido em quatro segmentos: "Verificar fontes", "Cruzar referências com outros meios de comunicação", "Envolver-se numa discussão aberta com outros" e "Outro, por favor especifique".

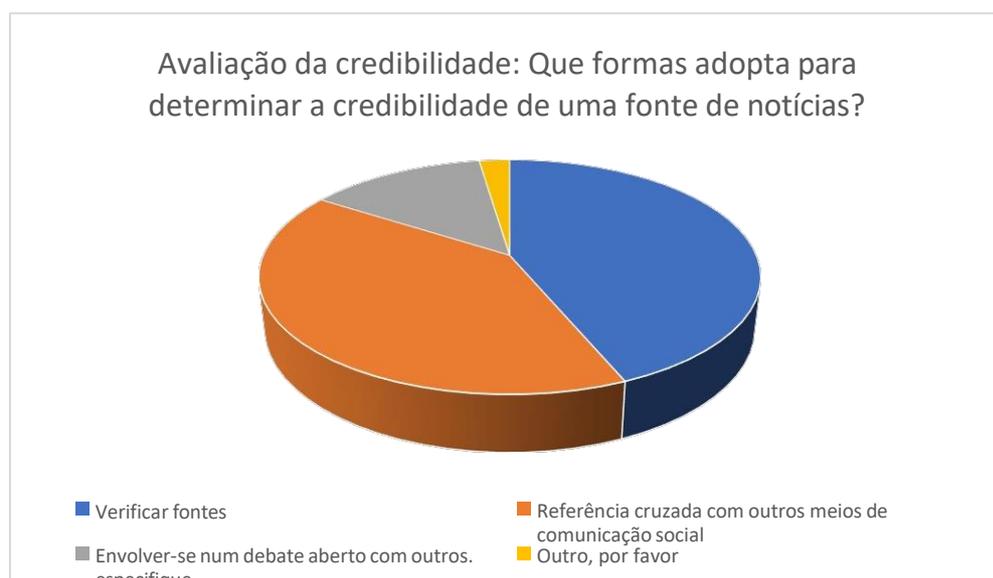
O maior segmento indica que a maioria dos inquiridos confia na "verificação de fontes" como principal método para determinar a credibilidade de uma fonte de notícias. Isto sugere que um número significativo de participantes dá importância à verificação da origem e da fiabilidade das informações antes de confiar nelas, o que realça uma abordagem crítica ao consumo dos meios de comunicação social.

O segundo maior segmento representa os inquiridos que preferem "cruzar referências com outros meios de comunicação social". Este método envolve a comparação da informação em diferentes plataformas para ver se é consistente, o que demonstra ainda mais uma atitude cuidadosa e perspicaz em relação às notícias.

Alguns inquiridos "Envolvem-se numa discussão aberta com outros" para determinar a credibilidade de uma fonte de notícias. Esta abordagem indica que o diálogo e a partilha de opiniões e perspectivas desempenham um papel na forma como alguns indivíduos avaliam a informação, sugerindo um aspeto social da avaliação da credibilidade.

De um modo geral, o gráfico 24 revela que os inquiridos estão ativamente empenhados em verificar a credibilidade das fontes de notícias, com uma forte preferência pela verificação direta da fonte e por referências cruzadas com outros meios de comunicação social. Esta abordagem cuidadosa ao consumo de notícias é crucial numa era em que a desinformação é predominante e realça a importância das competências de pensamento crítico para navegar no panorama informativo moderno.

Gráfico #24



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Crítérios de credibilidade da fonte de notícias

O gráfico seguinte, Gráfico #25, ilustra os critérios que os inquiridos consideram importantes para avaliar a credibilidade de uma fonte de notícias. O gráfico está dividido em vários segmentos: "Título", "Erros gramaticais", "Autor", "Fonte" e "Outro".

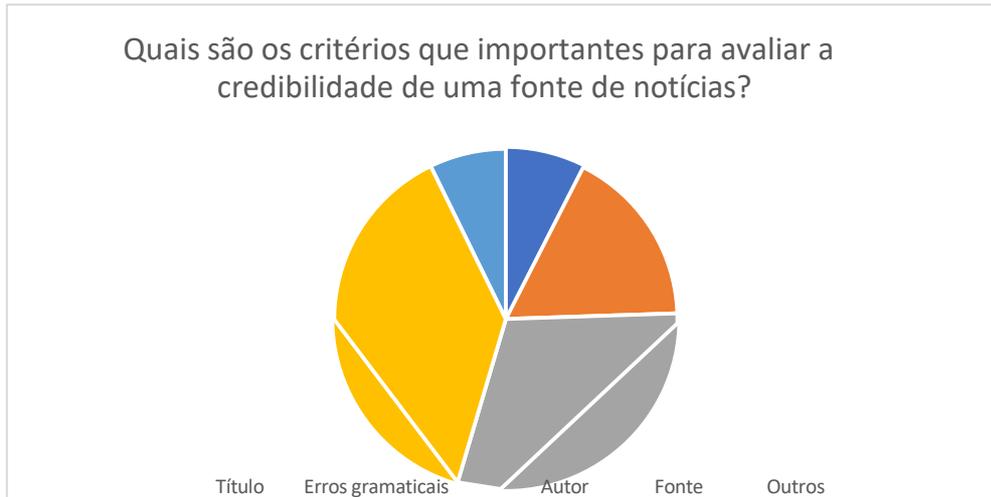
O maior segmento representa os inquiridos que dão prioridade à "Fonte" das notícias. Isto indica que a origem da informação é o fator mais significativo para muitos indivíduos quando determinam a credibilidade de uma notícia. A confiança na fonte sugere que os inquiridos confiam fortemente na reputação e fiabilidade do órgão de informação ou do editor.

O segmento cinzento, que também é considerável, representa aqueles que consideram o "Autor" como um critério crítico. Isto sugere que muitos inquiridos valorizam a credibilidade, a experiência e a reputação do autor do artigo noticioso quando avaliam a sua fiabilidade. A identidade e o historial do autor são, portanto, vistos como indicadores importantes de informação fiável.

O segmento laranja, que representa "Erros gramaticais", mostra que alguns inquiridos avaliam a credibilidade de uma fonte de notícias com base na qualidade da escrita. A má gramática pode indicar a estes indivíduos que o conteúdo não foi produzido de forma profissional ou não é digno de confiança, o que pode prejudicar a perceção da fiabilidade das notícias.

O segmento azul intitulado "Título" é o mais pequeno, o que indica que poucos inquiridos consideram o título da notícia como um critério primário de credibilidade. No entanto, este grupo pode prestar atenção ao facto de o título parecer sensacionalista ou enganador, o que pode afetar a sua perceção da fiabilidade do artigo.

Gráfico #25



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

5.10 Comportamento de procura de informação

Frequência da procura de informações adicionais

O gráfico de barras abaixo (Gráfico #26) ilustra a frequência com que os inquiridos procuram informações adicionais para verificar a exatidão das notícias ou dos artigos. O gráfico está dividido em quatro categorias: "Nunca", "Frequentemente", "Muito frequentemente" e "Sempre".

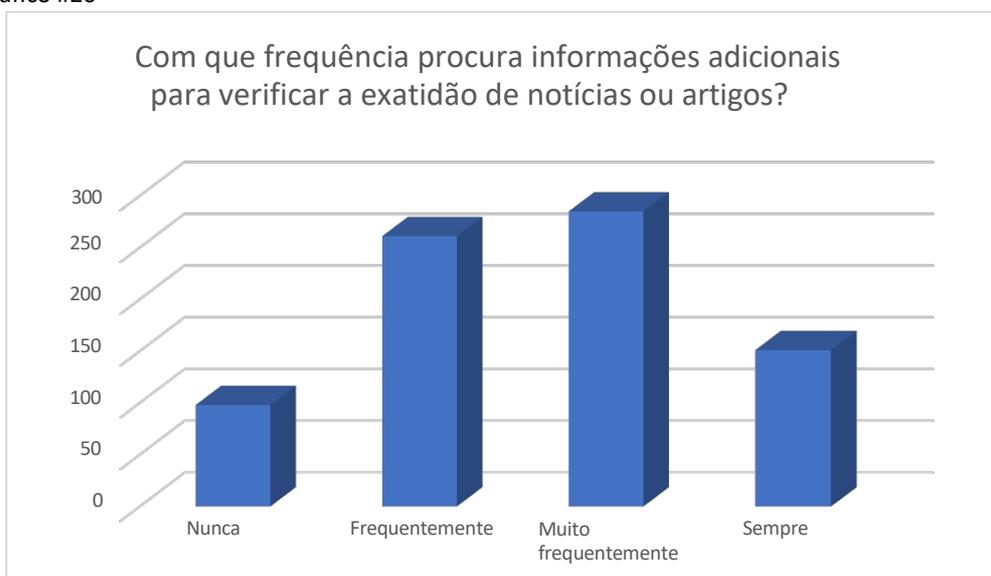
A maioria dos inquiridos procura regularmente informações adicionais para verificar a exatidão das notícias. Isto sugere um forte empenho destes inquiridos em garantir que a informação que consomem é fiável e exacta, o que reflecte uma abordagem crítica ao consumo dos meios de comunicação social.

Um número significativo de inquiridos afirma verificar sistematicamente as notícias. É provável que este grupo seja muito diligente na verificação dos factos, o que sugere que são muito cautelosos em relação à informação em que confiam e partilham, ou pelo menos acreditam que o são.

Apenas uma pequena parte dos inquiridos não se empenha em verificar a exatidão das notícias ou, pelo menos, vê-se a si própria a agir dessa forma. Isto sugere que a maioria dos participantes neste inquérito está, pelo menos, um pouco preocupada com a exatidão da informação que encontra.

Em geral, o gráfico número 26 revela que a maioria dos inquiridos está ativamente empenhada em verificar a exatidão das notícias, sendo que muitos o fazem frequentemente ou muito frequentemente. Isto indica um elevado nível de literacia mediática entre os inquiridos, uma vez que reconhecem a importância de verificar a informação numa era em que a desinformação se pode espalhar facilmente.

Gráfico #26



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Fontes onde encontrar informações adicionais

O Gráfico #27 mostra as fontes onde os inquiridos normalmente procuram informações adicionais para verificar a exatidão das notícias ou artigos, com múltiplas escolhas disponíveis. Os inquiridos podiam escolher de entre cinco categorias: "Sites oficiais do governo", "Sites de verificação de factos", "Notícias fidedignas", "Artigos académicos ou de investigação" e "Outros (especifique)".

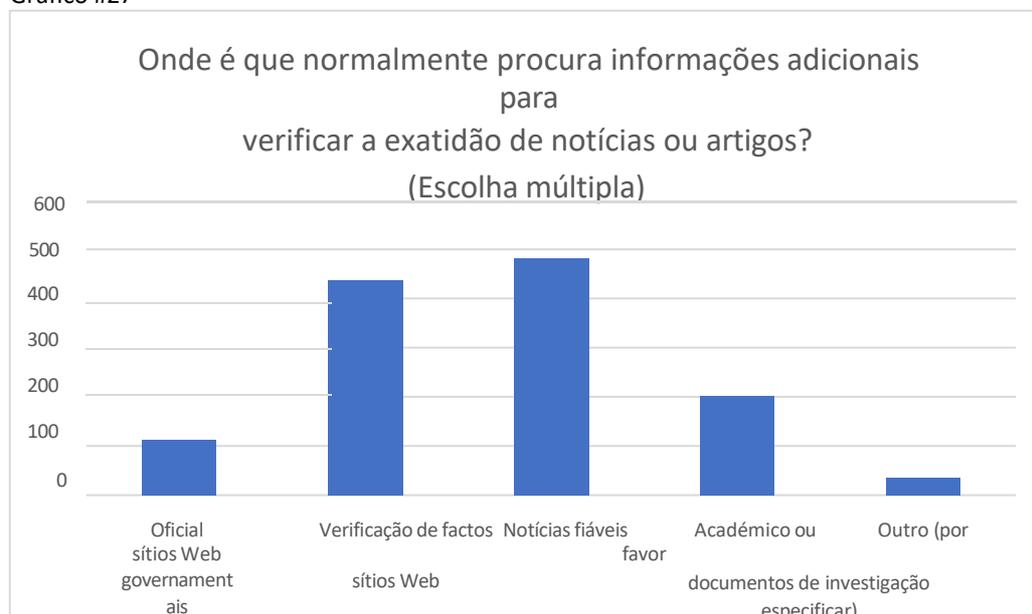
As fontes de verificação mais populares são os "sítios Web de verificação de factos" e as "notícias de confiança", o que indica que muitos inquiridos confiam nestes recursos para confirmar a exatidão das informações. Isto sugere que os inquiridos valorizam muito os serviços de verificação de factos estabelecidos e os meios de comunicação que consideram fiáveis.

Os "trabalhos académicos ou de investigação" também são utilizados por um número significativo de inquiridos, embora com menos frequência do que as duas primeiras categorias. Isto indica que alguns indivíduos recorrem a fontes académicas para uma verificação mais aprofundada ou especializada, reflectindo uma preferência por informação baseada em provas.

As respostas " Web oficiais do governo" indicam que menos inquiridos utilizam estes sítios para verificar as notícias, talvez devido a preocupações com a parcialidade ou a acessibilidade. Por último, a categoria "Outros" é a menos utilizada, o que sugere que, embora alguns inquiridos possam utilizar métodos ou fontes alternativos para verificação, estes não são tão comuns.

Em geral, a maioria dos inquiridos prefere utilizar fontes fiáveis e bem estabelecidas, como sítios Web de verificação de factos e agências noticiosas de renome, para verificar a exatidão das informações que encontram. Isto reflecte uma abordagem conscienciosa do consumo dos meios de comunicação social, em que a verificação dos factos é uma componente essencial da interação com os conteúdos noticiosos.

Gráfico #27



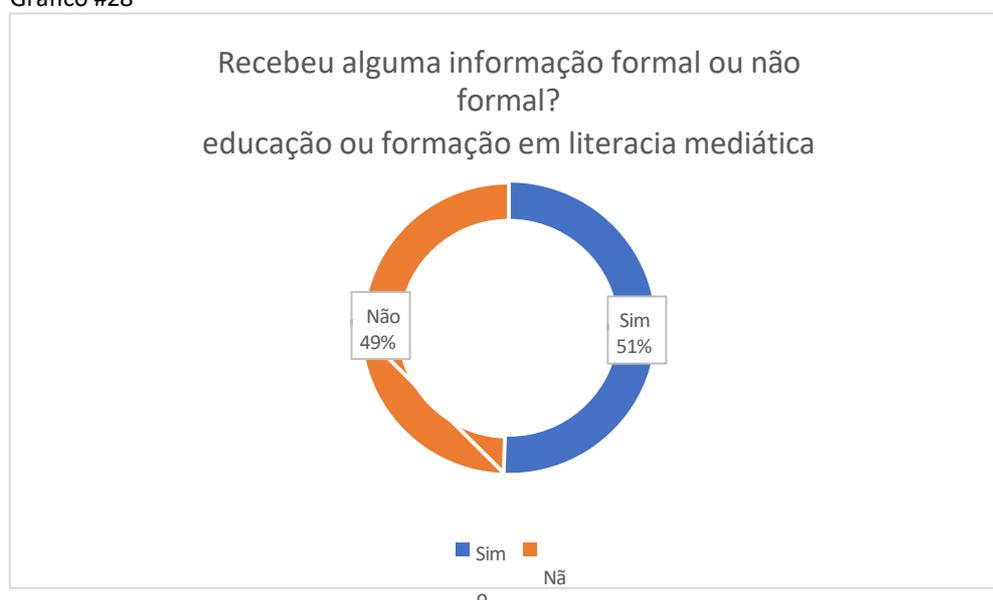
Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

5.11 Literacia e educação para os media

O facto de 51% dos inquiridos terem recebido alguma forma de educação formal ou não formal sobre literacia mediática é uma indicação positiva de que a sensibilização e a compreensão da literacia mediática estão a tornar-se mais generalizadas. Isto sugere que uma parte significativa da população está equipada com as competências necessárias para analisar e avaliar criticamente a informação que encontra nos vários meios de comunicação social, o que é crucial na atual era digital, em que a desinformação e as notícias falsas são predominantes.

No entanto, isto também significa que quase metade dos inquiridos, ou seja, 49%, não recebeu qualquer educação em matéria de literacia mediática, o que evidencia uma lacuna que tem de ser colmatada. A ausência de educação para a literacia mediática neste grupo pode deixá-lo mais vulnerável à desinformação e menos capaz de discernir informações credíveis de falsidades. Isto sublinha a importância de expandir os programas de literacia mediática para atingir um público mais vasto, assegurando que mais indivíduos estão preparados para navegar eficazmente no complexo panorama mediático. A expansão destes esforços educativos, tanto formalmente nas escolas como informalmente através de programas comunitários ou recursos online, poderia melhorar significativamente a capacidade do público para se envolver criticamente com os media e reduzir o impacto da desinformação. No entanto, em combinação com os resultados acima referidos (ou seja, uma maioria que acredita ter detectado notícias falsas, compreendendo o impacto das notícias falsas na democracia, na vida, na saúde, etc.), isto pode, de facto, sugerir que podem fazê-lo sem educação formal ou não formal. Por conseguinte, isto poderia ser um sinal de que as pessoas podem melhorar o seu comportamento face à desinformação, se estiverem realmente dispostas a proteger-se das notícias falsas e a impedir a disseminação da desinformação, mas talvez fossem mais eficazes se beneficiassem de alguma formação ou educação adicional. Isto abre um novo debate e espaço para mais investigação sobre este tema.

Gráfico #28



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Meios utilizados para desenvolver a literacia mediática ou as competências de pensamento crítico

O gráfico circular número 29 ilustra os vários meios que os inquiridos utilizaram para desenvolver a sua literacia mediática ou as suas competências de pensamento crítico. O gráfico está dividido em vários segmentos, cada um representando diferentes métodos de aprendizagem ou de desenvolvimento de competências.

O maior segmento representa os inquiridos que participaram em "Formação presencial", tendo 119 indivíduos, num total de 470, selecionado esta opção. Isto indica que 25% dos inquiridos valorizam ambientes de aprendizagem diretos e interactivos, onde podem interagir com formadores e colegas em tempo real.

A seguir, o segmento amarelo representa "Ver vídeos", escolhido por 90 inquiridos. Isto sugere que parte dos indivíduos prefere métodos de aprendizagem visuais e de ritmo próprio, que podem ser mais acessíveis e flexíveis.

O segmento laranja mostra que 67 inquiridos utilizaram "Cursos em linha" para desenvolver a sua literacia mediática ou competências de pensamento crítico.

O segmento verde, que representa os que utilizaram "Nenhuma das opções anteriores", representa 72 inquiridos. Isto indica que 15,3% dos participantes podem não procurar ativamente desenvolver estas competências, ou podem recorrer a outros métodos informais não enumerados no gráfico.

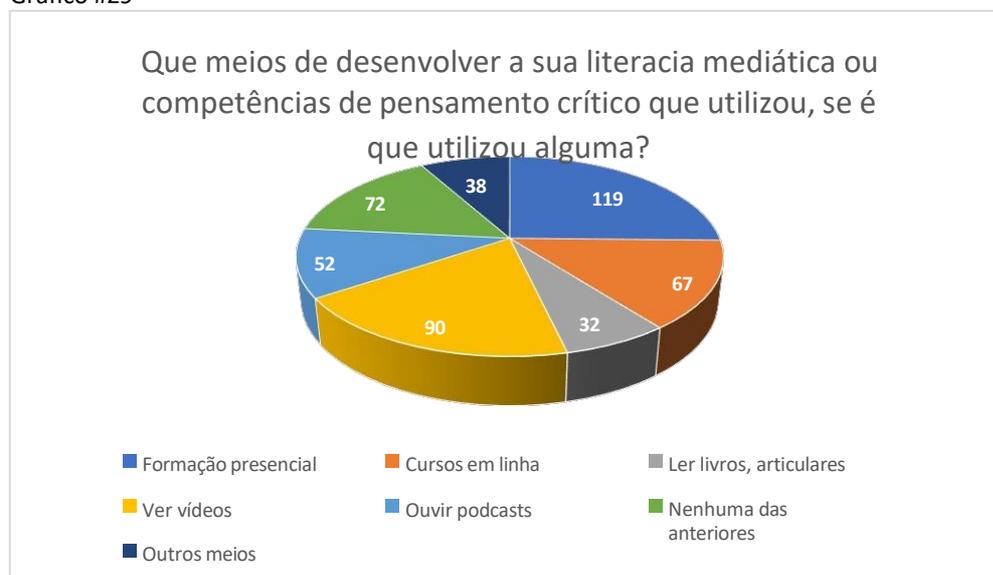
O segmento cinzento, que representa "Ler livros, artigos", foi selecionado por 32 inquiridos, o que revela que alguns preferem materiais de aprendizagem tradicionais baseados em texto para melhorar a sua compreensão.

O segmento azul claro, que indica "podcasts", foi escolhido por 52 inquiridos. Isto mostra que o conteúdo áudio, que pode ser consumido em movimento, é também um método popular para o desenvolvimento de competências.

Por último, o segmento mais pequeno, designado por "Outros meios", representa 38 inquiridos que poderão utilizar métodos alternativos não abrangidos pelas outras categorias.

Em geral, o gráfico revela que os inquiridos utilizam uma variedade de métodos para desenvolver a sua literacia mediática e as suas competências de pensamento crítico, com uma preferência notável pela formação presencial e pelos conteúdos visuais. Esta diversidade de preferências de aprendizagem sublinha a importância de oferecer uma gama de recursos educativos para responder a diferentes necessidades e estilos de aprendizagem.

Gráfico #29



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Formatos de aprendizagem preferidos

O gráfico de pizza seguinte representa os formatos de aprendizagem preferidos dos inquiridos, com possibilidade de escolha múltipla. O gráfico está dividido em segmentos que indicam os vários formatos que as pessoas preferem quando participam em actividades de aprendizagem.

O maior segmento, apresentado a laranja, representa "Cursos em linha", com 308 inquiridos a seleccionar esta opção. Isto sugere que os cursos em linha são o formato de aprendizagem mais popular entre os inquiridos, provavelmente devido à sua flexibilidade, acessibilidade e natureza estruturada que proporcionam.

A seguir, o segmento azul indica que 301 inquiridos preferem a aprendizagem "presencial". Isto mostra uma forte preferência pelas aulas tradicionais, onde é possível a interação direta com instrutores e colegas, facilitando uma experiência de aprendizagem mais envolvente e dinâmica.

O segmento amarelo representa "Artigos", escolhido por 140 inquiridos. Isto reflecte a popularidade da aprendizagem visual, em que o conteúdo pode ser consumido num formato fácil de digerir, tornando muitas vezes tópicos complexos mais compreensíveis.

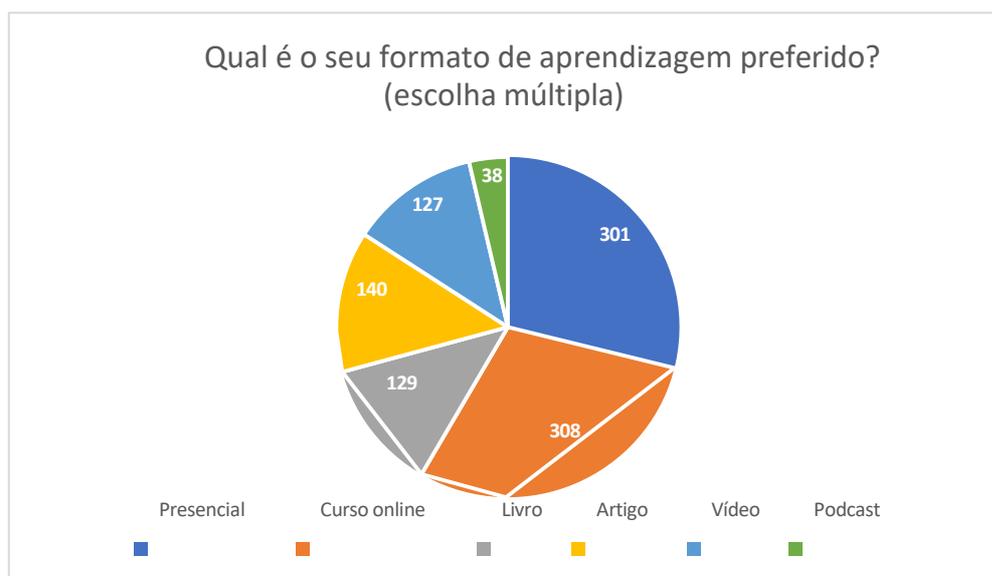
O segmento cinzento indica que 129 inquiridos preferem aprender através de "Livros", o que realça o apelo duradouro da aprendizagem baseada em texto, onde é frequente encontrar informação aprofundada e explicações detalhadas.

O segmento azul claro, que representa "Vídeos", foi seleccionado por 127 inquiridos. Esta escolha indica que muitos inquiridos valorizam conteúdos escritos concisos e específicos que possam ser lidos e compreendidos rapidamente.

O segmento mais pequeno representa os "Podcasts", com 38 inquiridos a preferirem este formato. Embora menos popular do que as outras, esta opção mostra que algumas pessoas gostam de aprender através de conteúdos áudio, que podem ser convenientemente consumidos durante actividades como deslocações diárias ou exercício físico.

Em geral, o gráfico revela que, embora os cursos em linha e a aprendizagem presencial sejam os formatos preferidos, existe também um interesse significativo em vídeos, livros e artigos. Esta diversidade de preferências sublinha a importância de oferecer uma variedade de formatos de aprendizagem para acomodar diferentes estilos e necessidades de aprendizagem.

Gráfico #30



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Preferências por tópicos num curso sobre literacia mediática e competências de pensamento crítico

O gráfico abaixo (Gráfico #31) mostra as preferências dos inquiridos relativamente aos tópicos de um curso destinado a desenvolver a literacia mediática e as competências de pensamento crítico. O gráfico apresenta vários tópicos e mostra quantos inquiridos manifestaram interesse em cada um deles.

O tópico mais popular é "Como identificar notícias falsas e desinformação", indicando que um grande número de inquiridos está interessado em aprender a reconhecer e a evitar informações falsas ou enganosas. Isto reflecte a preocupação generalizada com a prevalência de notícias falsas e o desejo de ferramentas para as combater.

O segundo tópico mais popular é "Como aceder e localizar meios de comunicação e informação adequados", que também recebeu grande interesse. Isto sugere que os inquiridos querem melhorar a sua capacidade de encontrar fontes de informação fiáveis e relevantes, uma componente fundamental da literacia mediática.

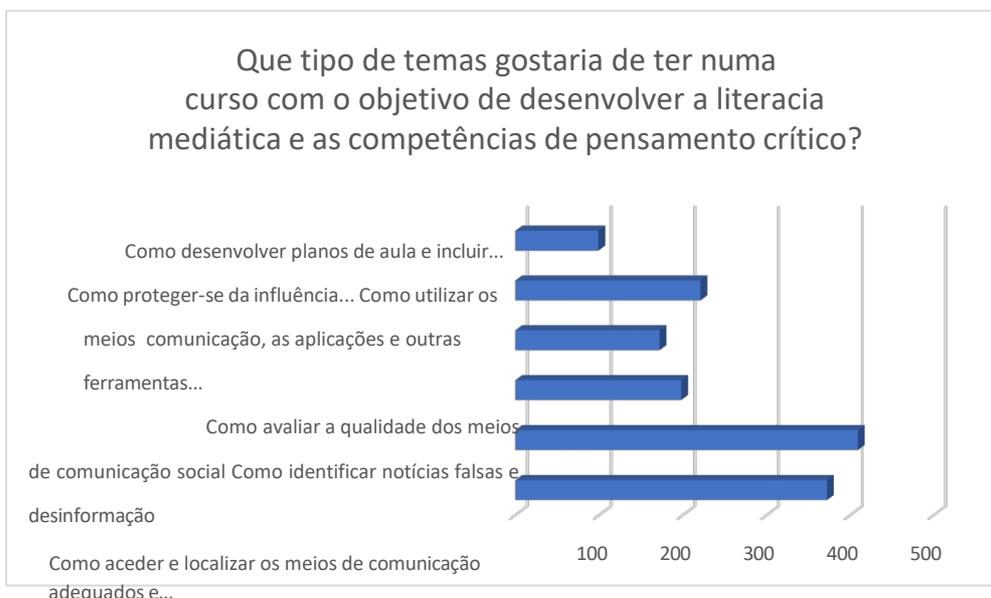
A seguir a estas, "Como proteger-se da influência..." e "Como avaliar a qualidade dos meios de comunicação social" suscitaram um interesse considerável. Os inquiridos estão interessados em desenvolver competências para avaliar a credibilidade e a qualidade dos conteúdos dos media, o que é essencial para um consumo informado dos mesmos.

"Como utilizar os meios de comunicação, as aplicações e outras ferramentas em..." também são notáveis, embora com menos inquiridos a seleccionar estes tópicos. Estas áreas são provavelmente apelativas para aqueles que querem melhorar as suas competências práticas na navegação em ferramentas digitais ou que estão preocupados com a influência dos media nas suas decisões pessoais.

O tópico menos popular é "Como desenvolver planos de aula e incluir...", o que indica que há menos inquiridos interessados nesta abordagem educativa, possivelmente por ser mais especializada ou dirigida a educadores.

De um modo geral, o gráfico 30 destaca um forte interesse em aprender a identificar a desinformação e a avaliar a qualidade dos meios de comunicação social, sublinhando a importância destas competências no atual ambiente rico em informação. A diversidade dos tópicos escolhidos também reflecte as diferentes necessidades e preocupações dos inquiridos no que respeita à literacia mediática e ao pensamento crítico.

Gráfico #31



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

5.12 Resultados do questionário aos estudantes

Relativamente ao inquérito aos estudantes, as perspectivas de 364 jovens que nos responderam entre os dez países europeus parceiros do projeto, obtivemos algumas conclusões importantes, como explicado nas próximas páginas.

O que é uma notícia falsa?

O próximo gráfico de barras (Gráfico #32) ilustra as percepções dos inquiridos sobre o que constitui uma "notícia falsa". O gráfico está dividido em três categorias, cada uma representando uma definição ou característica diferente de notícias falsas, conforme questionado aos alunos.

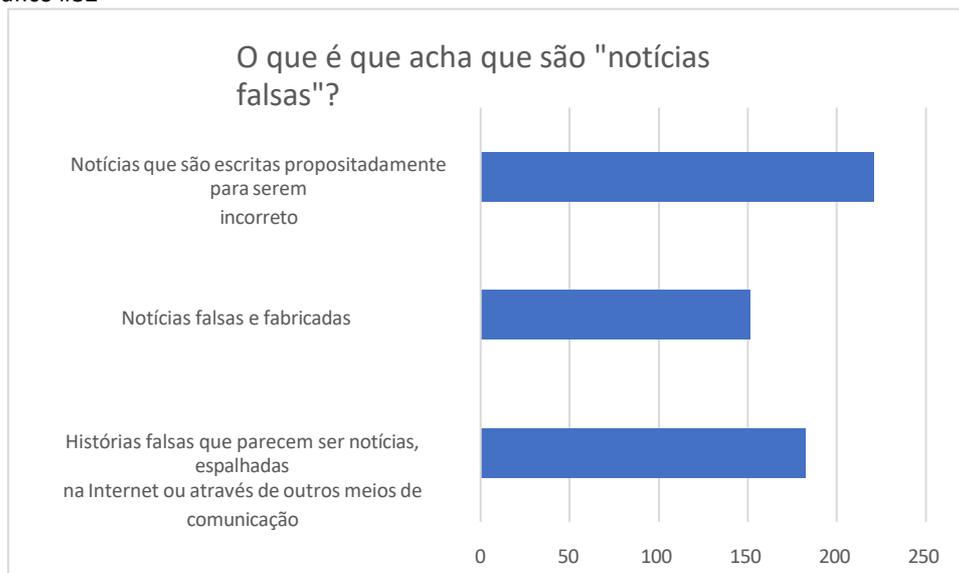
A primeira categoria, intitulada "Notícias propositadamente escritas para serem incorrectas", indica que um número significativo de inquiridos acredita que as notícias falsas incluem conteúdos deliberadamente criados para induzir em erro ou fornecer informações falsas. Este facto evidencia um entendimento comum de que o engano intencional é um elemento central das notícias falsas.

A segunda categoria, "Notícias falsas e fabricadas", reflecte um forte consenso entre os inquiridos de que as notícias falsas consistem em histórias totalmente inventadas sem qualquer base factual. Isto sugere que os inquiridos reconhecem a diferença entre uma reportagem imprecisa e uma notícia totalmente inventada.

A terceira categoria, "Histórias falsas que parecem ser notícias, divulgadas na Internet ou através de outros meios de comunicação social", mostra que muitos inquiridos consideram a divulgação de informações falsas, em especial através de plataformas digitais, como uma característica que define as notícias falsas. Este facto aponta para uma consciência do papel que a Internet e as redes sociais desempenham na disseminação de desinformação.

De um modo geral, o gráfico 32 revela que os inquiridos têm uma compreensão abrangente das notícias falsas, incluindo falsidades deliberadas, histórias fabricadas e a disseminação de tais conteúdos através de vários canais de comunicação social. Isto reflecte uma visão matizada das diferentes formas que as notícias falsas podem assumir e dos mecanismos através dos quais se propagam.

Gráfico #32



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Sensibilização para uma notícia falsa

O próximo gráfico (#gráfico 33) ilustra como os inquiridos determinam que uma notícia é falsa. O gráfico está dividido em três segmentos, cada um representando um método diferente utilizado pelos inquiridos para identificar notícias falsas.

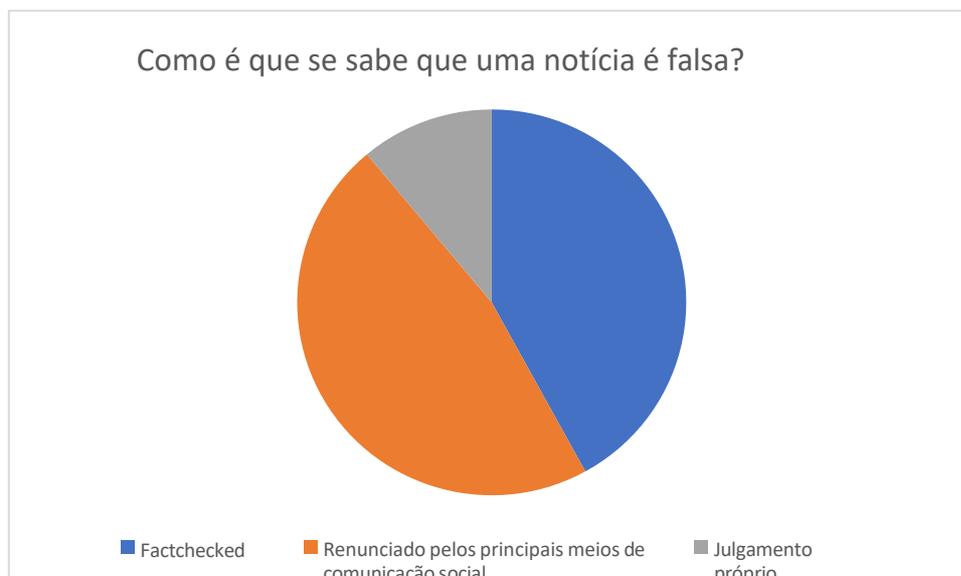
O maior segmento, +, representa os inquiridos que confiam na informação "Factchecked" para determinar se as notícias são falsas. Isto indica que muitos inquiridos confiam e dependem de processos ou plataformas de verificação de factos para verificar a exatidão das notícias que encontram.

Os inquiridos que acreditam que as notícias são falsas quando foram "Renunciadas pelos principais meios de comunicação social". Este segmento também é substancial, mostrando que uma parte significativa dos inquiridos confia na denúncia ou correção de notícias pelos principais meios de comunicação social como um sinal de que a informação é falsa.

Os inquiridos que utilizam o seu "juízo próprio" para identificar notícias falsas, embora este seja o segmento mais pequeno, não deixa de evidenciar que alguns indivíduos confiam na sua avaliação pessoal ou intuição para determinar a credibilidade de uma notícia.

De um modo geral, a maioria dos inquiridos coloca uma forte ênfase na verificação externa, através da verificação de factos ou dos principais meios de comunicação social, para identificar notícias falsas, enquanto um grupo mais pequeno confia no seu próprio discernimento para fazer esta determinação. Esta distribuição reflecte a importância das fontes fidedignas no combate à desinformação e os diferentes níveis de confiança que os indivíduos têm na sua própria capacidade de discernir a verdade.

Gráfico #33



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Utilização de plataformas de redes sociais

O gráfico de barras (Gráfico #34) apresenta a utilização de várias plataformas de redes sociais entre os inquiridos. Cada plataforma está listada no eixo vertical, com o número de utilizadores representado no eixo horizontal.

As plataformas mais populares entre os inquiridos são o TikTok, o Instagram e o WhatsApp, com cada uma delas a apresentar níveis de utilização elevados. O TikTok e o Instagram são particularmente proeminentes, com barras que se estendem mais para a direita, indicando que estas plataformas são utilizadas por uma grande parte dos inquiridos. O WhatsApp também apresenta uma utilização significativa, reflectindo a sua popularidade como plataforma de mensagens.

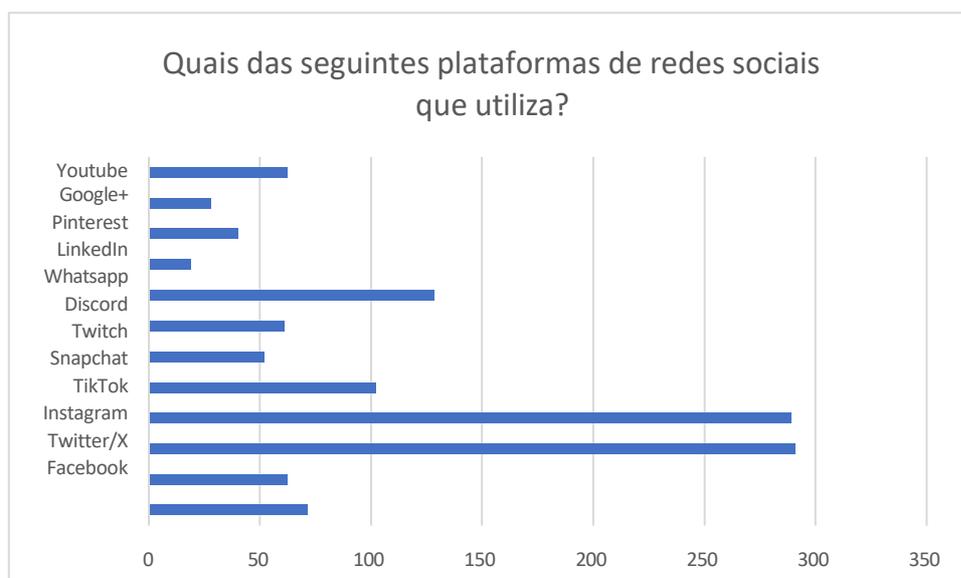
O Facebook, embora continue a ser amplamente utilizado, apresenta uma utilização ligeiramente inferior à do TikTok e do Instagram, o que indica que, embora continue a ser uma plataforma fundamental, pode ser mais popular entre diferentes grupos demográficos ou para diferentes utilizações.

Outras plataformas como o YouTube, o Snapchat e o Twitter/X também registam uma utilização considerável, embora inferior à das plataformas principais. Isto sugere que, embora estas plataformas sejam populares, não são tão amplamente utilizadas como o TikTok, o Instagram e o WhatsApp entre os participantes no inquérito.

As plataformas menos utilizadas incluem o Google+, o Pinterest, o LinkedIn, o Discord e o Twitch, com barras muito mais curtas que indicam níveis mais baixos de envolvimento. Estas plataformas podem ser utilizadas por públicos mais específicos ou para fins específicos que não atraem a base mais alargada de inquiridos.

Em geral, o gráfico revela que o TikTok, o Instagram e o WhatsApp são as plataformas de redes sociais dominantes entre os inquiridos, reflectindo tendências mais amplas na utilização das redes sociais, em que os conteúdos visuais e as aplicações de mensagens desempenham um papel central na comunicação diária e no consumo de conteúdos.

Gráfico #34



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Fontes de notícias

A fonte de notícias mais frequentemente utilizada pelos inquiridos são as " sociais", com um número de utilizadores significativamente superior ao de outros canais. Isto sugere que as plataformas de redes sociais desempenham um papel dominante na forma como os inquiridos acedem às notícias, provavelmente devido à conveniência e ao imediatismo que oferecem.

As fontes "em linha", como sítios Web de notícias ou aplicações, são as segundas mais populares, embora sejam utilizadas por muito menos inquiridos do que as redes sociais. Isto indica que, embora as plataformas tradicionais de notícias em linha continuem a ser importantes, são menos favorecidas em comparação com o acesso instantâneo proporcionado pelas redes sociais.

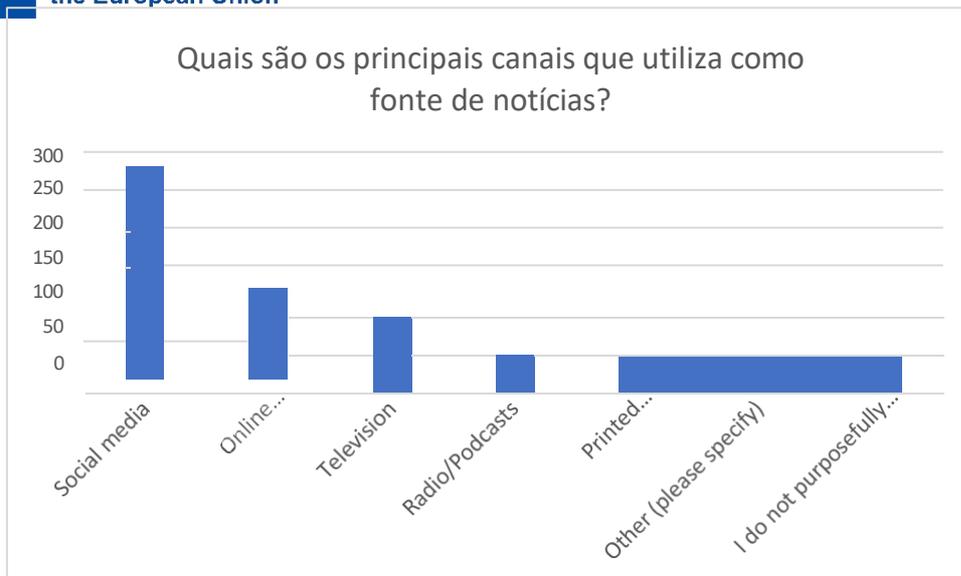
A "televisão" e a "rádio/podcasts" também são utilizadas como fontes de notícias, embora em menor grau. Estes canais de comunicação tradicionais continuam a ser relevantes, especialmente para aqueles que preferem formas mais estruturadas ou auditivas de consumo de notícias.

As fontes de notícias "impressas", como os jornais e as revistas, contam-se entre os canais menos utilizados, o que reflecte um abandono dos meios de comunicação impressos em favor das plataformas digitais. Este declínio está em sintonia com as tendências mais amplas do consumo dos media, em que o acesso digital é mais frequente.

A categoria "Outros", que inclui respostas em que os participantes especificaram fontes de notícias alternativas, e a categoria "Não procuro notícias propositadamente" têm ambas uma representação mínima. Isto sugere que a maioria dos inquiridos se envolve ativamente com as notícias através de canais específicos, em vez de as encontrar passivamente ou de confiar em fontes menos convencionais.

De um modo geral, o papel dominante das redes sociais no consumo de notícias entre os inquiridos, seguido das fontes tradicionais em linha e da televisão, com a imprensa escrita a ter uma utilização significativamente inferior. Isto reflecte a importância crescente das plataformas digitais na forma como as pessoas se mantêm informadas.

Gráfico #35



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Consciência de ter conhecido notícias falsas no passado

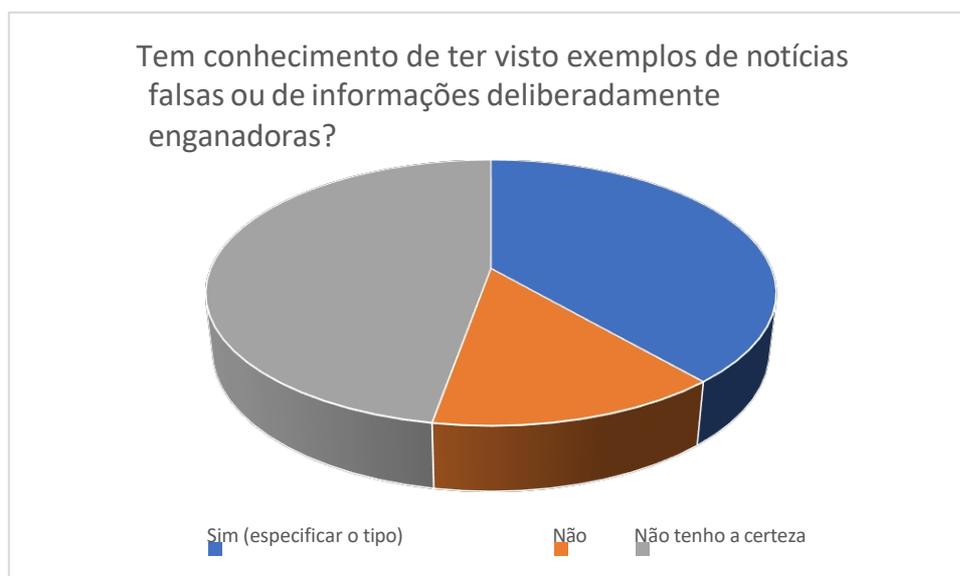
O gráfico de pizza (Gráfico #36) ilustra a consciência dos inquiridos de terem encontrado notícias falsas ou informações deliberadamente enganosas. Foram propostas três respostas alternativas aos inquiridos: "Sim (especifique de que tipo)", "Não" e "Não tenho a certeza".

O maior segmento é o dos inquiridos que selecionaram "Não tenho a certeza". Isto indica que uma parte significativa dos inquiridos não tem a certeza de ter encontrado notícias falsas ou informações enganosas, o que reflecte potenciais desafios na identificação desses conteúdos ou uma falta de confiança na sua capacidade de os discernir.

O segundo maior segmento mostra os inquiridos que "Sim", reconhecendo que já viram exemplos de notícias falsas ou informações enganosas. Isto sugere que muitos inquiridos estão conscientes da presença de desinformação nos meios de comunicação social que consomem e podem reconhecer exemplos específicos da mesma.

O segmento mais pequeno indica os que responderam "Não", o que significa que não se aperceberam ou estão confiantes de que não se depararam com notícias falsas ou informações deliberadamente enganadoras. Isto pode refletir a convicção de que as fontes com que se relacionam são fiáveis ou a falta de exposição a esse tipo de conteúdo.

Gráfico #36



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Frequência do encontro com notícias falsas

No entanto, os estudantes não estão convencidos de que estão a ser confrontados frequentemente com notícias falsas e desinformação.

A barra maior representa a categoria "Quase nunca", o que indica que a maioria dos inquiridos afirma raramente se deparar com notícias falsas. Isto sugere que a maioria dos participantes acredita que não está frequentemente exposta a notícias falsas ou está confiante na sua capacidade de as evitar.

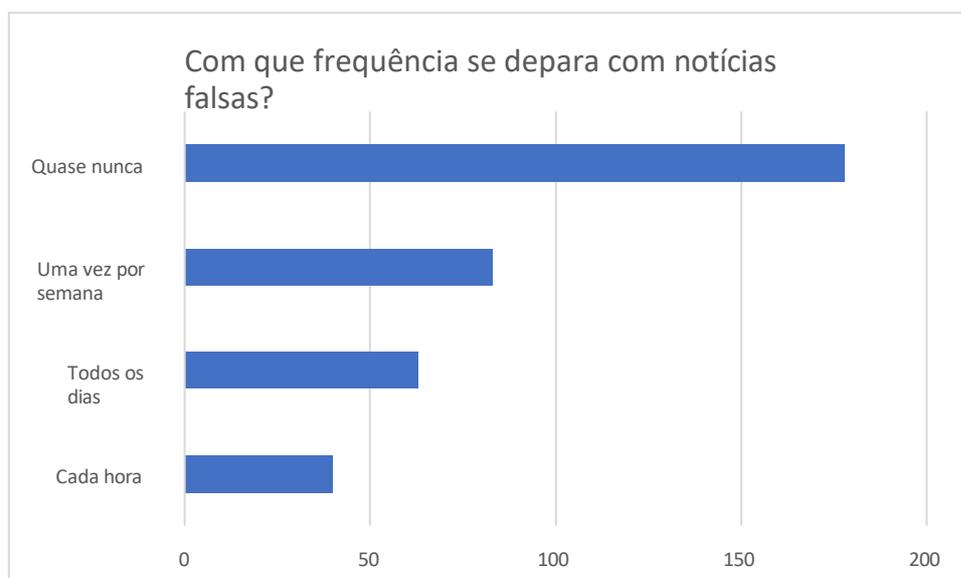
A categoria "Uma vez por semana" indica que um número moderado de inquiridos se depara com notícias falsas numa base semanal. Isto reflecte uma exposição mais regular, mas ainda limitada, à desinformação.

A categoria "Todos os dias" mostra que menos inquiridos se deparam com notícias falsas diariamente. Este grupo pode estar mais envolvido com meios de comunicação social ou plataformas sociais onde as notícias falsas são mais prevalentes.

A categoria "Todas as horas" indica que apenas um pequeno número de inquiridos se depara com notícias falsas com esta frequência elevada. Isto pode incluir indivíduos muito activos nas redes sociais ou noutras plataformas em linha onde a desinformação se espalha rapidamente.

De um modo geral, embora alguns inquiridos considerem que se deparam com notícias falsas regularmente, a maioria não o faz com frequência. Este facto realça as experiências variadas dos indivíduos no que diz respeito à exposição à desinformação e sugere que, embora as notícias falsas sejam uma preocupação, podem não ser uma presença constante para a maioria das pessoas.

Gráfico #37



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Amigos ou familiares que partilham notícias falsas

O gráfico de barras (Gráfico #38) mostra as respostas dos inquiridos sobre se têm amigos ou familiares que partilharam notícias falsas de propósito. As respostas são categorizadas em três opções: "Sim", "Não" e "Não tenho a certeza".

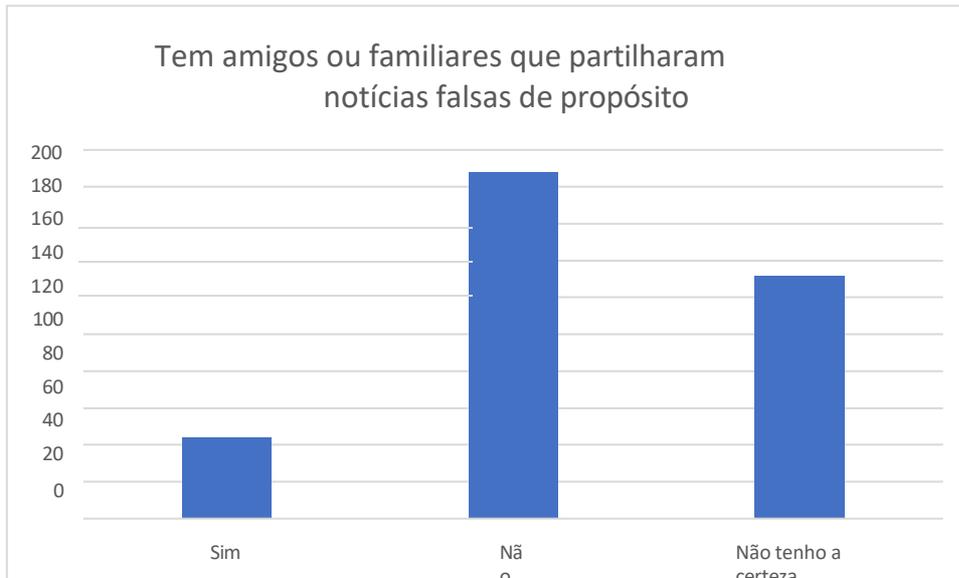
A maioria das respostas está na categoria "Não", indicando que a maioria dos inquiridos acredita que os seus amigos ou familiares não partilharam intencionalmente notícias falsas. Isto sugere uma confiança geral entre os inquiridos de que os seus círculos sociais próximos não se envolvem na disseminação deliberada de desinformação.

A categoria "Não tenho a certeza" indica que uma parte significativa dos inquiridos não tem a certeza de que os seus amigos ou familiares tenham partilhado notícias falsas de propósito. Esta incerteza pode refletir a dificuldade em discernir as intenções dos outros ou a falta de conhecimento sobre os conteúdos partilhados pelas pessoas que lhes são próximas.

"Sim", mostrando que um número menor de inquiridos acredita ter amigos ou familiares que partilharam intencionalmente notícias falsas. Embora este grupo seja o mais pequeno, não deixa de evidenciar que a disseminação intencional de desinformação é uma preocupação para alguns indivíduos.

De um modo geral, embora a maioria dos inquiridos confie que os seus círculos sociais não estão a divulgar deliberadamente notícias falsas, existe ainda um nível notável de incerteza e alguma preocupação com a desinformação intencional nas redes pessoais.

Gráfico #38



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Experiência na deteção de notícias falsas

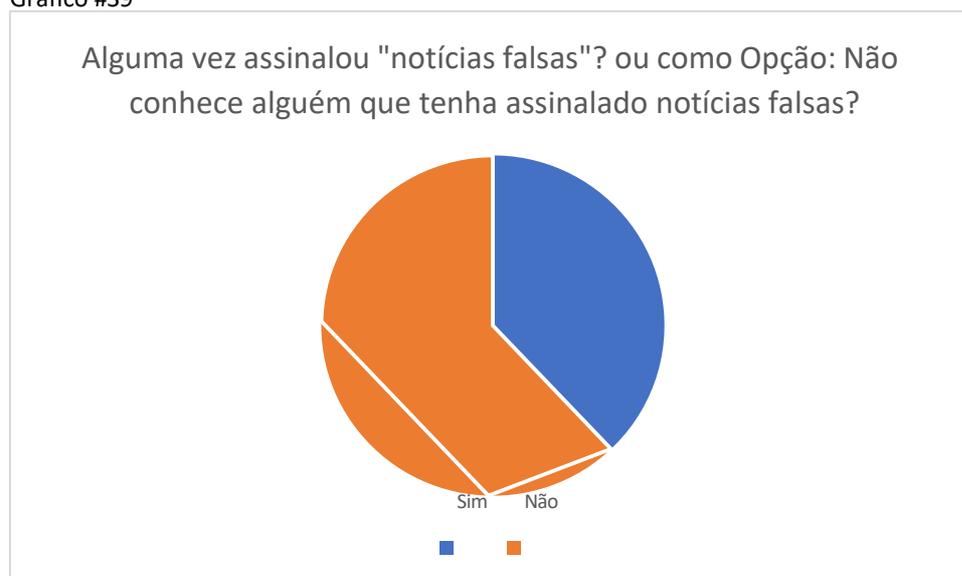
O gráfico de pizza (Gráfico #39) ilustra as experiências dos inquiridos com a sinalização de notícias falsas ou com o conhecimento de alguém que o tenha feito. A pergunta permitia respostas do tipo sim e não.

O segmento maior representa os inquiridos que responderam "Não", indicando que a maioria dos participantes não sinalizou notícias falsas ou não conhece ninguém que o tenha feito. Isto sugere que, embora o conhecimento das notícias falsas possa ser elevado, a ação de as sinalizar ou denunciar é menos comum entre este grupo de inquiridos.

O segmento mais pequeno representa os que responderam "Sim", indicando que uma pequena parte dos inquiridos sinalizou notícias falsas ou conhece alguém que o fez. Isto reflecte uma abordagem proactiva de alguns indivíduos no combate à desinformação, embora pareça ser um comportamento minoritário.

Em geral, embora alguns inquiridos estejam empenhados em identificar e denunciar notícias falsas, a maioria não participou na sinalização desses conteúdos. Este facto pode apontar para a necessidade de uma maior sensibilização ou de ferramentas que facilitem a tomada de medidas contra a desinformação.

Gráfico #39



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Ambiente onde se discutem notícias falsas

O gráfico de barras seguinte (Gráfico #40) ilustra os diferentes contextos em que os inquiridos discutiram o tema das notícias falsas. O gráfico inclui várias categorias: "Na escola", "Com amigos", "Com a família", "No trabalho", "Noutros locais" e "Não discuti notícias falsas".

O maior grupo representa discussões que tiveram lugar "Na escola", indicando que este é o contexto mais comum em que os inquiridos se envolveram em conversas sobre notícias falsas. Isto sugere que os ambientes educativos são espaços fundamentais para abordar o tema, possivelmente devido à inclusão da literacia mediática nos currículos ou a discussões relacionadas em ambientes de sala de aula.

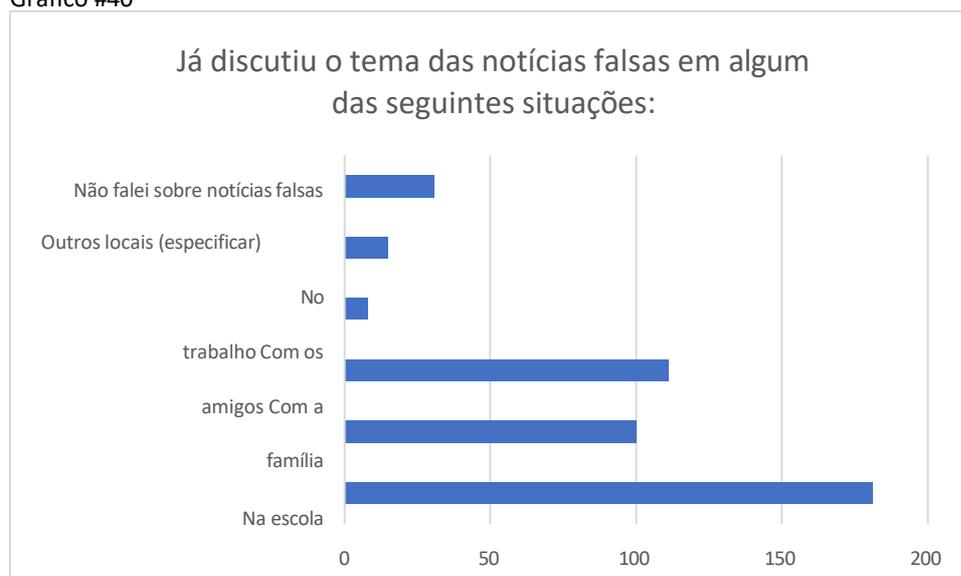
Os contextos seguintes mais comuns são "Com amigos" e "Com a família", ambos com barras substanciais, mostrando que muitos inquiridos também discutiram notícias falsas nos seus círculos pessoais e sociais. Isto realça a relevância do tema nas conversas quotidianas e a importância das discussões entre pares e em família para aumentar a sensibilização e a compreensão da desinformação.

A categoria "No trabalho" tem uma barra mais curta, indicando que menos inquiridos discutiram notícias falsas num ambiente profissional. Isto pode refletir que as discussões sobre notícias falsas são menos comuns ou menos prioritárias no local de trabalho em comparação com outros ambientes. Uma vez que estamos a dirigir este questionário a menores de idade, e sobretudo através do canal de divulgação das escolas, é natural que apenas uma parte muito pequena dos inquiridos trabalhe.

A categoria "Outros locais", juntamente com "Não discuti notícias falsas", tem as barras mais curtas, o que sugere que um pequeno número de inquiridos pode ter discutido notícias falsas em locais não especificados, enquanto um grupo ainda mais pequeno não se envolveu em tais discussões.

De um modo geral, o gráfico indica que as notícias falsas são um tema amplamente discutido, sobretudo em contextos educativos e entre amigos e familiares, o que realça a sua importância em discussões formais e informais.

Gráfico #40



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Sensibilização para lidar com notícias falsas

O gráfico seguinte (Gráfico 41) ilustra a percepção dos inquiridos sobre se foram ensinados de forma adequada a lidar com notícias falsas. As três respostas possíveis são "Sim", "Não" e "Não tenho a certeza".

O maior segmento representa os inquiridos que responderam "Não", indicando que uma parte significativa dos participantes considera que não recebeu formação adequada sobre como lidar com notícias falsas. Isto sugere a existência de uma lacuna na educação sobre literacia mediática e a necessidade de formação ou recursos mais abrangentes para dotar os indivíduos das competências necessárias para identificar e combater a desinformação.

A resposta "Não tenho a certeza" indica incerteza entre um número considerável de inquiridos sobre se receberam formação suficiente sobre o tema. Isto pode refletir uma falta de confiança nas suas capacidades para lidar com notícias falsas ou incerteza sobre o que constitui uma preparação adequada.

O segmento mais pequeno representa os inquiridos que "Sim", o que significa que acreditam que foram ensinados de forma adequada a lidar com as notícias falsas. Embora este grupo seja mais pequeno, mostra que alguns participantes se sentem confiantes na sua capacidade de navegar e avaliar a informação de forma crítica, provavelmente devido a formação anterior ou experiência pessoal.

Gráfico #41



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Perceção do impacto que as notícias falsas têm na vida dos estudantes

No entanto, os estudantes parecem acreditar que não estão a ser enganados pelas notícias falsas, nem são vítimas delas.

O gráfico de barras ilustra a opinião dos inquiridos sobre a medida em que acreditam que as notícias falsas afectam o seu comportamento e o dos seus amigos, utilizando uma escala de 1 (sem impacto) a 5 (impacto significativo).

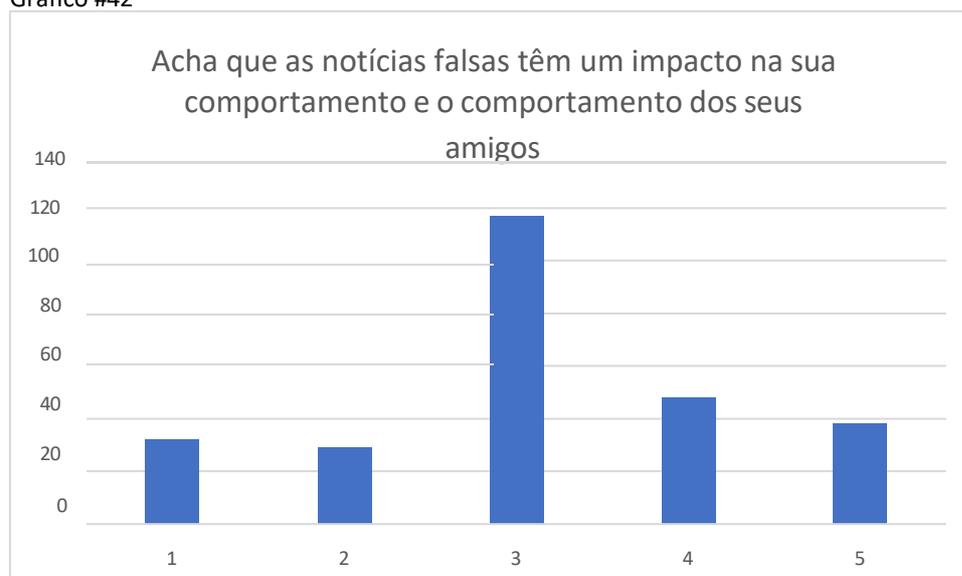
A barra mais proeminente situa-se no nível 3, indicando que a maioria dos inquiridos acredita que as notícias falsas têm um impacto moderado tanto no seu próprio comportamento como no dos seus amigos. Isto sugere que, embora os inquiridos reconheçam a influência das notícias falsas, não a entendem como um impacto positivo ou negativo.

Os níveis 4 e 5, que representam níveis de impacto mais elevados, são mais curtos mas ainda assim significativos. Isto indica que uma parte notável dos inquiridos acredita que as notícias falsas têm um forte impacto no seu próprio comportamento ou no dos seus amigos, o que reflecte a preocupação com o poder persuasivo da desinformação.

Os níveis 1 e 2, que representam o extremo inferior da escala de impacto, mostram que menos inquiridos acreditam que as notícias falsas têm pouco ou nenhum impacto no comportamento. Isto sugere que, embora alguns indivíduos possam sentir-se imunes aos efeitos das notícias falsas, são uma minoria.

De um modo geral, a maioria dos inquiridos reconhece que as notícias falsas têm, pelo menos, um impacto moderado no comportamento, com um número considerável a reconhecer uma influência mais forte. Isto reflecte a consciência da natureza generalizada das notícias falsas e do seu potencial para moldar percepções e acções nos círculos sociais.

Gráfico #42



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Fiabilidade das redes sociais como fonte de notícias

O gráfico de barras no gráfico número 43 dá uma visão geral da forma como os alunos classificaram a fiabilidade das redes sociais como fonte de notícias, com classificações que vão de 1 (menos fiável) a 4 (mais fiável).

O maior número de estudantes classificou as redes sociais no nível 3, indicando que uma parte significativa dos inquiridos considera as redes sociais moderadamente fiáveis. Isto sugere que, embora os estudantes possam encontrar alguma informação fiável nas redes sociais, continuam a ser cautelosos e não confiam totalmente nelas fonte primária de notícias.

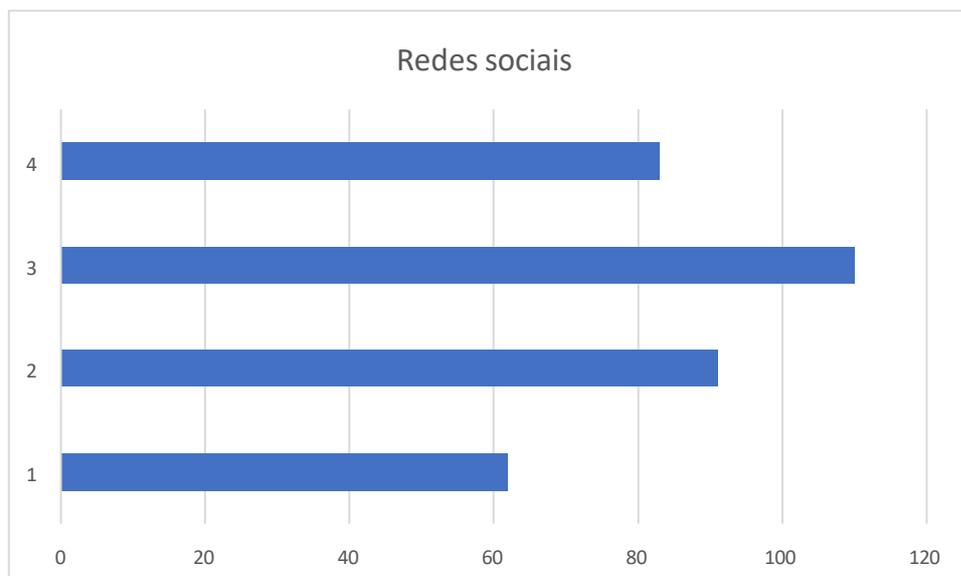
O nível 4, que representa o nível mais elevado de confiança, também tem um número considerável de respostas, mostrando que muitos estudantes consideram as redes sociais como uma fonte fiável. Isto pode indicar que alguns alunos confiam nas fontes específicas que seguem nestas plataformas ou acreditam na autenticidade dos conteúdos gerados pelos utilizadores.

O nível 2, que indica um nível de confiança mais baixo, também regista um número notável de respostas. Isto sugere que um grupo significativo de estudantes vê as redes sociais com ceticismo, possivelmente devido à prevalência de desinformação ou à credibilidade variável dos conteúdos partilhados nestas plataformas.

O menor número de estudantes classificou as redes sociais no nível 1, o que indica que uma pequena parte dos inquiridos considera que as redes sociais são a fonte de notícias menos fiável. Embora este grupo seja mais pequeno, destaca a presença de um forte ceticismo entre alguns estudantes relativamente à fiabilidade da informação nas redes sociais.

Em geral, encontrámos uma perceção mista da fiabilidade das redes sociais entre os estudantes, com uma tendência para uma confiança moderada, mas também um ceticismo significativo.

Gráfico #43



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Fiabilidade dos jornais e sítios Web em linha como fontes de notícias

O gráfico número 44 ilustra a forma como os alunos classificaram a fiabilidade dos jornais e sítios Web em linha como fontes de notícias, com classificações que variam entre 1 (menos fiável) e 5 (mais fiável).

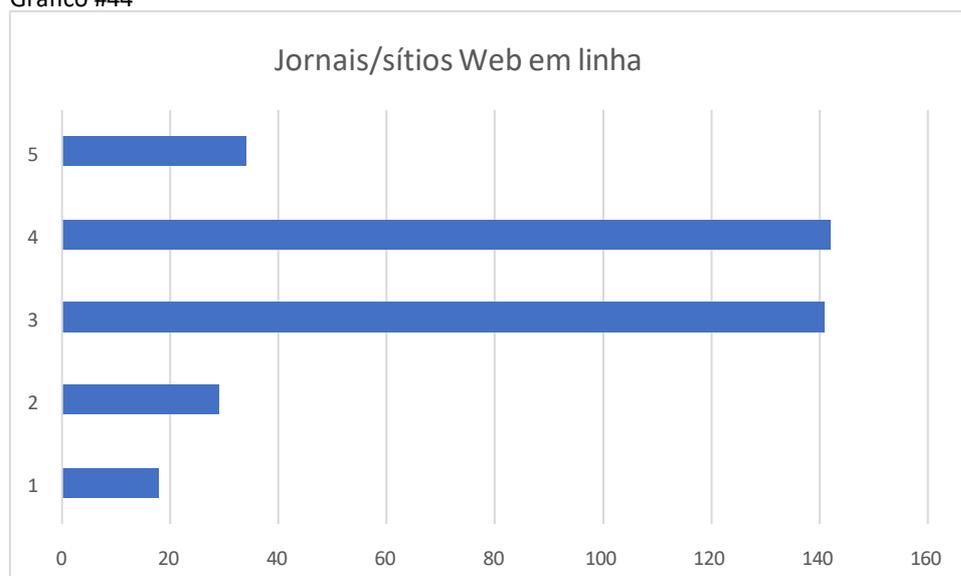
A maioria dos alunos classificou os jornais e sítios Web em linha nos níveis 4 e 3, sendo o nível 4 o que obteve mais respostas. Isto sugere que uma parte significativa dos alunos considera estas fontes fiáveis, provavelmente devido à reputação estabelecida de muitos meios de comunicação em linha e às normas profissionais de jornalismo que seguem.

O nível 3, que também é altamente classificado, indica que muitos estudantes consideram os jornais e sítios Web em linha como moderadamente fiáveis. Isto reflecte algum nível de confiança, mas também sugere que os alunos podem ainda abordar estas fontes com alguma cautela, possivelmente devido a preocupações com a parcialidade ou com a rapidez com que as notícias são publicadas em linha.

O nível 2 tem menos respostas, o que indica que alguns alunos são cépticos em relação aos jornais e sítios Web em linha, questionando talvez a sua exatidão ou objetividade.

O nível 1, a classificação menos fiável, tem o menor número de respostas, mostrando que uma pequena parte dos alunos tem muito pouca confiança nos jornais e sítios Web em linha. Isto pode refletir preocupações com o sensacionalismo, clickbait ou experiências específicas com fontes de notícias em linha não fiáveis.

Gráfico #44



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Fiabilidade da televisão como fonte de notícias

Como mostra o Gráfico 45, o maior número de estudantes classificou a televisão no nível 4, indicando que muitos estudantes consideram a televisão uma fonte de notícias bastante fiável. Isto sugere que, apesar do aumento dos meios digitais, a televisão continua a ser uma fonte de informação respeitada e fiável para uma parte significativa da população estudantil.

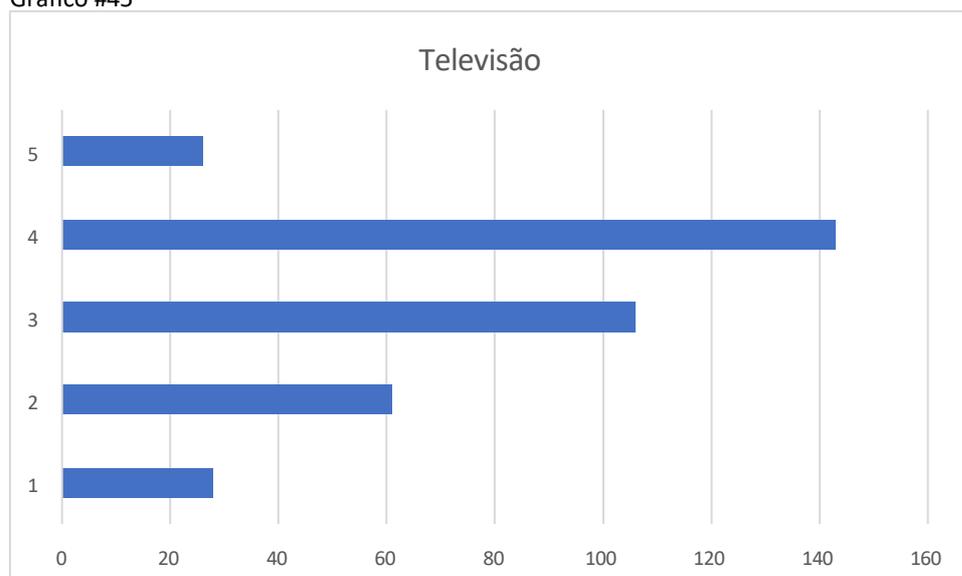
O nível 3 também recebeu um número substancial de respostas, reflectindo que muitos estudantes vêem a televisão como moderadamente fiável. Isto sugere que, embora a televisão seja geralmente fiável, alguns alunos podem ainda abordá-la com alguma cautela, possivelmente devido a preocupações com a parcialidade ou o sensacionalismo.

O nível 2 tem menos respostas, o que indica que alguns alunos são cépticos quanto à fiabilidade das notícias televisivas, questionando talvez a exatidão ou objetividade do conteúdo que vêem na televisão.

O nível 1, a classificação menos fiável, tem o menor número de respostas, mostrando que apenas uma pequena parte dos estudantes tem muito pouca confiança na televisão como fonte de notícias. Isto pode refletir preocupações com o sensacionalismo, a perceção de parcialidade ou experiências negativas específicas com notícias televisivas.

O nível 5, que representa o nível mais elevado de confiança, também tem um número menor de respostas, indicando que apenas uma minoria de estudantes tem total confiança na televisão como fonte de notícias.

Gráfico #45



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Fiabilidade da rádio como fonte de notícias

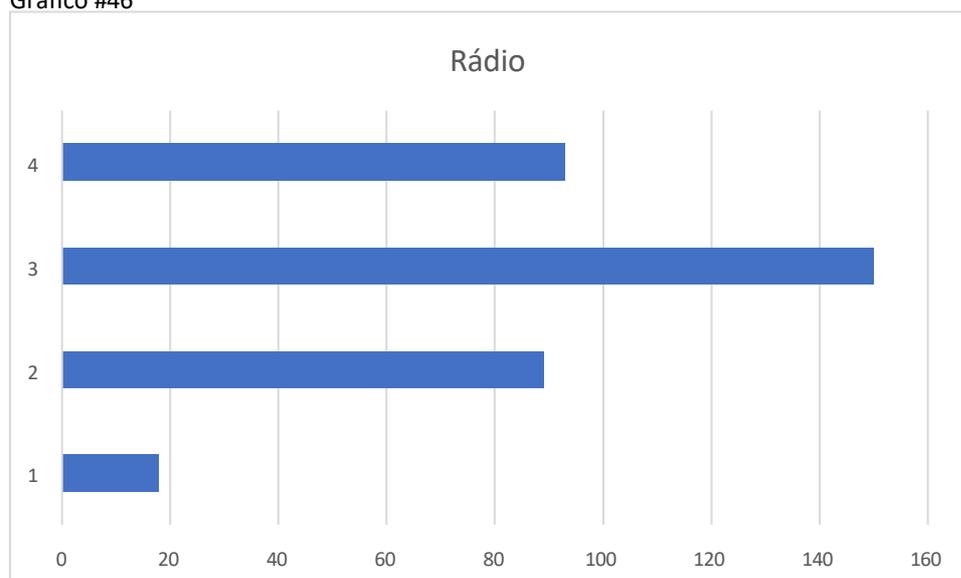
Como mostra o Gráfico #46, a maioria dos alunos classificou a rádio no nível 3, indicando que muitos alunos vêem a rádio como moderadamente fiável. Isto sugere que, embora os alunos confiem geralmente na rádio como fonte de notícias, ainda podem abordá-la com alguma cautela, possivelmente devido a preocupações sobre a qualidade ou objetividade do conteúdo.

O nível 4 também tem um número significativo de respostas, reflectindo que uma parte considerável dos alunos considera a rádio uma fonte de notícias fiável. Isto sugere que a rádio ainda é considerada por muitos estudantes como um meio fiável para a divulgação de notícias.

O nível 2 tem menos respostas, indicando que alguns alunos são cépticos quanto à fiabilidade da rádio, possivelmente questionando a sua relevância ou a exatidão do seu conteúdo.

O nível 1, a classificação menos fiável, tem o menor número de respostas, mostrando que apenas uma pequena parte dos estudantes confia muito pouco na rádio como fonte de notícias. Isto pode dever-se a experiências negativas específicas ou a uma preferência geral por outros meios de comunicação.

Gráfico #46



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Fiabilidade dos jornais e revistas impressos como fontes de notícias

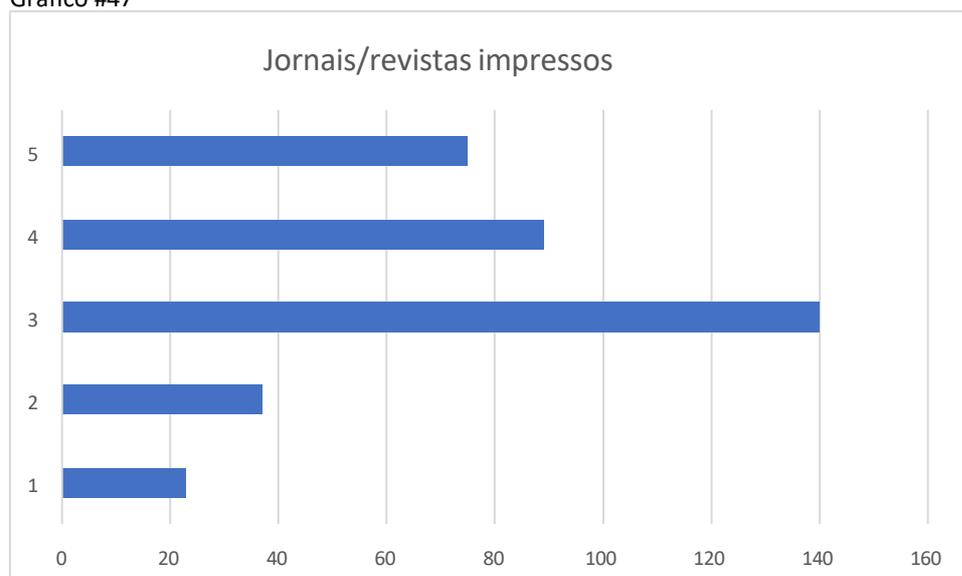
O maior número de alunos classificou os jornais e revistas impressos no nível 3, indicando que uma parte significativa dos alunos considera estas fontes moderadamente fiáveis, como mostra o Gráfico 47. Isto sugere que, embora os meios de comunicação impressos sejam geralmente respeitados, os alunos podem ainda ser cautelosos e não confiar totalmente neles como a sua principal fonte de notícias.

O nível 4 também recebeu um número substancial de respostas, mostrando que muitos estudantes consideram que os jornais e revistas impressos são fiáveis. Isto reflecte um forte grau de confiança na capacidade dos meios de comunicação tradicionais para fornecer informações fiáveis e precisas.

O nível 5, o nível mais elevado de fiabilidade, tem um número notável de respostas, indicando que um grupo mais pequeno mas significativo de estudantes confia totalmente nos jornais e revistas impressos como suas fontes de notícias. Este facto pode ser atribuído à percepção do rigor e das normas editoriais associadas ao jornalismo impresso.

Os níveis 2 e 1, que representam níveis mais baixos de confiança, registam menos respostas. Isto sugere que, embora alguns alunos sejam cépticos em relação aos meios de comunicação impressos, considerando-os menos fiáveis, são uma minoria.

Gráfico #47



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Idade

O gráfico de barras seguinte (Gráfico #48) ilustra a distribuição dos inquiridos por três grupos etários diferentes: 12-15 anos, 16-18 anos e 18+ anos.

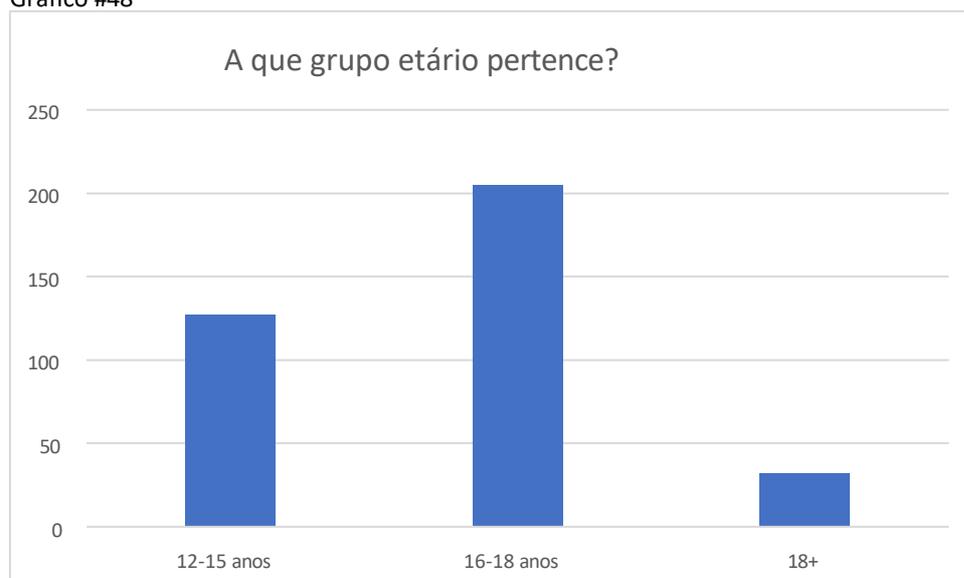
A maioria dos inquiridos pertence ao grupo etário dos 16-18 anos, como indicado pela barra mais alta. Isto sugere que o inquérito foi preenchido principalmente por indivíduos desta faixa etária, o que faz dela o grupo demográfico mais representado no estudo.

O segundo maior grupo é a categoria dos 12-15 anos, o que mostra que um número significativo de adolescentes mais jovens também participou no inquérito. Este grupo, embora mais pequeno do que a categoria 16-18 anos, ainda representa uma parte substancial dos inquiridos.

A barra mais pequena representa o grupo etário dos 18+, indicando que o menor número de inquiridos pertence a esta categoria. Isto sugere que os adolescentes mais velhos ou os jovens adultos estavam menos representados no inquérito.

De um modo geral, o gráfico mostra que a maioria dos inquiridos tem entre 16 e 18 anos, seguidos dos que têm entre 12 e 15 anos, sendo o grupo com mais de 18 anos o menos representado. Esta distribuição etária fornece um contexto para a interpretação dos resultados do inquérito, uma vez que os pontos de vista e os comportamentos comunicados são susceptíveis de refletir melhor os da faixa etária dos 16-18 anos.

Gráfico #48



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Género

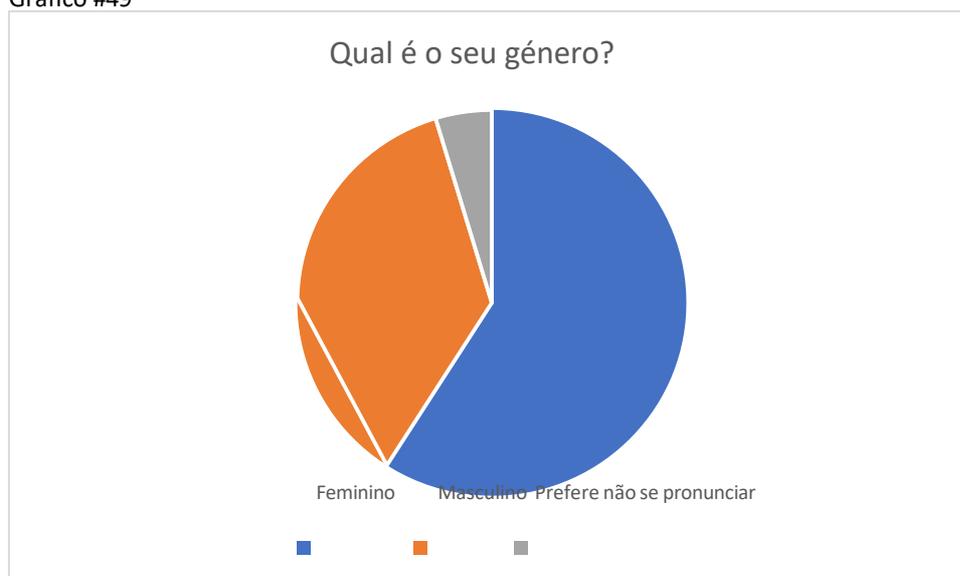
O gráfico circular apresenta a distribuição por género dos inquiridos no inquérito. O gráfico está dividido em três segmentos que representam "Feminino", "Masculino" e "Prefere não dizer".

O maior segmento representa os inquiridos do sexo feminino, indicando que a maioria dos participantes no inquérito se identificou como mulher. Isto sugere um nível mais elevado de participação de estudantes do sexo feminino em comparação com outros géneros.

O segundo maior segmento representa os inquiridos do sexo masculino. Este segmento é mais pequeno do que o grupo das mulheres, o que indica que menos homens participaram no inquérito, mas continuam a representar uma parte significativa dos inquiridos.

O segmento mais pequeno representa aqueles que preferiram não revelar o seu género. Este grupo é o menos representado, o que sugere que apenas um pequeno número de inquiridos optou por manter o seu género confidencial.

Gráfico #49



Fonte: Dados recolhidos pelos parceiros do projeto MILES. Gráfico editado pelo OLAE.

Desafios e direcções futuras

A propagação de notícias falsas e de desinformação em toda a Europa tornou-se uma questão crítica, ameaçando os processos democráticos, minando a confiança nas instituições e perturbando a coesão social. O presente relatório explora as necessidades, os desafios e as práticas promissoras associadas ao combate à desinformação a nível europeu. Ao analisar as estratégias existentes e identificar lacunas, o relatório apresenta recomendações para reforçar os esforços de combate à desinformação e promover a literacia mediática em todo o continente. Nos últimos anos, a questão das notícias falsas e da desinformação tem-se tornado cada vez mais difundida em toda a Europa, com consequências de grande alcance para as sociedades democráticas.

A ascensão dos meios de comunicação digitais revolucionou a forma como a informação é divulgada, mas também facilitou a rápida disseminação de conteúdos falsos e enganadores. Este fenómeno tem sido particularmente evidente durante os períodos eleitorais, as crises de saúde pública e os grandes acontecimentos sociopolíticos, em que a desinformação tem sido utilizada para manipular a opinião pública e minar a confiança nas instituições democráticas.

O impacto das notícias falsas não está confinado a um único país; é um problema pan-europeu que exige esforços coordenados para ser resolvido. Embora alguns países europeus tenham sido proactivos na implementação de medidas de combate à desinformação, outros ainda estão a lidar com os desafios colocados pelo panorama da informação digital. Este relatório tem como objetivo fornecer uma análise detalhada das necessidades, desafios e práticas promissoras no combate às notícias falsas em toda a Europa. Ao compreender estes factores, os decisores políticos, os educadores e os meios de comunicação social

as organizações podem desenvolver estratégias mais eficazes para combater a desinformação e melhorar a literacia mediática.

Nos últimos anos, a Europa tem assistido a campanhas de desinformação significativas que visam eleições e referendos. Por exemplo, as eleições presidenciais francesas de 2017 foram fortemente influenciadas pela desinformação difundida através das redes sociais, com o objetivo de minar a integridade do processo eleitoral. Do mesmo modo, as eleições federais na Alemanha registaram um aumento das notícias falsas, frequentemente utilizadas para influenciar as opiniões dos eleitores sobre questões sensíveis como a imigração e a segurança nacional.

O referendo sobre o Brexit no Reino Unido também pôs em evidência o poder da desinformação na formação da opinião pública, tendo as afirmações enganosas sobre a União Europeia desempenhado um papel significativo no resultado. Na Europa Oriental, países como a Hungria e a Polónia enfrentaram desafios com campanhas de desinformação patrocinadas pelo Estado, destinadas a reforçar as narrativas autoritárias e a desacreditar a União Europeia.

O impacto das notícias falsas ultrapassa a esfera política, afectando a saúde pública, a segurança e a confiança social. Durante a pandemia de COVID-19, a Europa assistiu a uma enorme onda de desinformação sobre o vírus e as vacinas, o que provocou confusão e hesitação no público. Os movimentos anti-vacinas em países como a Itália e a França foram alimentados por informações falsas, contribuindo para reduzir as taxas de vacinação e aumentar os riscos para a saúde pública.

A literacia mediática é uma componente fundamental na luta contra as notícias falsas e a desinformação. Implica dotar os indivíduos das competências necessárias para avaliar criticamente a informação, compreender as fontes das notícias e distinguir entre conteúdos credíveis e falsos. Na Europa, há uma necessidade significativa de melhorar a literacia mediática, em particular entre as populações mais jovens e as que têm níveis mais baixos de educação formal. A Finlândia tem sido um líder na educação para a literacia mediática, integrando-a no currículo nacional desde tenra idade. Esta abordagem proactiva resultou numa população mais bem equipada para resistir à desinformação. Em contrapartida, outros países europeus só recentemente começaram a dar prioridade à literacia mediática, havendo uma necessidade premente de expandir estas iniciativas para atingir segmentos mais amplos da população. Reforçar a literacia mediática implica também enfrentar os desafios específicos colocados pelas redes sociais. Dado que muitas pessoas, especialmente os indivíduos mais jovens, consomem a maior parte das suas notícias através de plataformas de redes sociais, é essencial ensinar-lhes como navegar nestas plataformas de forma responsável. Isto inclui compreender como os algoritmos influenciam o conteúdo que vêem, reconhecer os sinais de notícias falsas e saber como verificar a informação antes de a partilhar. A União Europeia reconheceu a importância da literacia mediática no combate à desinformação. A política de literacia mediática da UE sublinha a necessidade de um esforço coordenado entre os Estados-Membros para melhorar a educação mediática, em especial na era digital. Iniciativas como a Semana Europeia da Literacia Mediática visam sensibilizar e promover as melhores práticas em matéria de literacia mediática em todo o continente.

Outra necessidade fundamental no combate às notícias falsas é a criação e o reforço de **quadros regulamentares** que possam combater eficazmente a propagação da desinformação. Na Europa, a União Europeia tomou medidas significativas para criar um ambiente em linha mais seguro através de iniciativas como o Digital Services Act (DSA) e o Código de Práticas sobre Desinformação.

Estes regulamentos têm por objetivo aumentar a transparência das plataformas digitais e responsabilizá-las pelos conteúdos que alojam. O DSA representa um grande avanço abordagem da UE à regulamentação das plataformas em linha. Introduce requisitos mais rigorosos para que as plataformas monitorizem e removam conteúdos ilegais, incluindo notícias falsas, e impõe sanções em caso de incumprimento. Este quadro regulamentar foi concebido para proteger os consumidores, garantir a transparência e criar um ecossistema digital mais responsável. Além disso, o Código de Práticas sobre Desinformação da UE, lançado em 2018, foi um acordo voluntário com as principais plataformas em linha, como o Facebook, o Google e o Twitter, para combater a desinformação. Embora tenha feito progressos, a eficácia deste código foi limitada pela sua natureza voluntária, o que levou a apelos a medidas mais vinculativas. É também necessária uma maior cooperação entre os países europeus para criar uma abordagem unificada para a regulamentação das plataformas digitais. A desinformação não conhece fronteiras, e uma abordagem regulamentar fragmentada será menos eficaz no combate à sua propagação. Os países europeus devem trabalhar em conjunto para harmonizar as suas regulamentações e mecanismos de controlo, garantindo que a desinformação é combatida de forma coerente em todo o continente.

A consciencialização do público é outro elemento crucial na luta contra as notícias falsas. Educar o público sobre os perigos da desinformação e como reconhecê-la é essencial para promover uma sociedade mais informada e vigilante. As campanhas de sensibilização do público podem desempenhar um papel significativo na atenuação do impacto das notícias falsas, incentivando as pessoas a avaliarem criticamente as informações com que se deparam e a fontes credíveis. A Comissão Europeia apoiou várias iniciativas destinadas a sensibilizar o público para os perigos da desinformação. Entre elas, a campanha da UE "#ThinkBeforeSharing", que incentiva os utilizadores das redes sociais a verificarem a exatidão das informações antes de as partilharem em linha. Estas campanhas são cruciais para criar uma cultura de pensamento crítico e ceticismo em relação a informações não verificadas. As campanhas de sensibilização do público devem ser adaptadas a diferentes grupos demográficos, tendo em conta os diferentes níveis de literacia mediática e de envolvimento digital na Europa. Por exemplo, os públicos mais jovens podem beneficiar de campanhas que utilizem influenciadores das redes sociais para promover a literacia mediática, ao passo que os adultos mais velhos podem responder melhor aos canais mediáticos tradicionais, como a televisão e a imprensa escrita. Além disso, as campanhas de sensibilização do público não devem centrar-se apenas nos aspectos negativos das notícias falsas, mas também promover comportamentos positivos, como a verificação dos factos, a partilha responsável de informações e o apoio a fontes de notícias credíveis. Ao promover uma cultura de pensamento crítico e ceticismo em relação a informações não verificadas, estas campanhas podem ajudar a reduzir a propagação de notícias falsas e o seu impacto na sociedade.

Um dos desafios mais significativos no combate às notícias falsas é **o papel das plataformas de redes sociais na sua disseminação**. As redes sociais transformaram a forma como as pessoas consomem notícias, permitindo que as informações - tanto verdadeiras como falsas - se espalhem rápida e amplamente. Os algoritmos utilizados por estas plataformas dão frequentemente prioridade aos conteúdos que geram envolvimento, o que pode incluir informações sensacionalistas ou enganosas. A União Europeia reconheceu o desafio colocado pelas plataformas de redes sociais e tomou medidas para o enfrentar através de regulamentos como Lei dos Serviços Digitais. No entanto, a regulamentação das redes sociais continua a ser complexa devido à vasta

A quantidade de conteúdos gerados diariamente e a necessidade de equilibrar a liberdade de expressão com a prevenção da desinformação prejudicial. O papel das redes sociais na disseminação de notícias falsas é ainda mais complicado pelo efeito de câmara de eco, em que os utilizadores têm maior probabilidade de serem expostos a informações que reforçam as suas crenças existentes. Este facto pode levar ao enraizamento de narrativas falsas e dificultar a correção da desinformação. Para enfrentar este desafio, são necessárias não só medidas regulamentares, mas também esforços para promover a literacia digital e o pensamento crítico entre os utilizadores das redes sociais. Os esforços da União Europeia para colaborar com as empresas de redes sociais conduziram a algumas melhorias, como a introdução de políticas de moderação de conteúdos mais rigorosas. No entanto, estas medidas são frequentemente reactivas e não proactivas, e a eficácia da autorregulação por parte destas plataformas tem sido questionada. A necessidade de uma supervisão e responsabilização mais rigorosas é evidente, uma vez que a propagação de notícias falsas através das redes sociais continua a ser uma preocupação significativa.

A confiança nos meios de comunicação social e nas instituições públicas é outro desafio crucial na luta contra a desinformação. Em toda a Europa, existe uma desconfiança crescente em relação aos meios de comunicação social tradicionais, motivada por percepções de parcialidade, sensacionalismo e influência política. Esta desconfiança pode levar as pessoas a procurar fontes de informação alternativas, que podem ser menos fiáveis e mais propensas a difundir notícias falsas. O declínio da confiança nos meios de comunicação tradicionais é uma questão complexa influenciada por vários factores, incluindo o aumento do populismo, a crescente polarização do discurso político e a proliferação dos meios de comunicação digitais. Em alguns países europeus, esta desconfiança tem sido exacerbada por campanhas de desinformação patrocinadas pelo Estado que visam minar a confiança do público nas instituições democráticas e nos meios de comunicação social. O restabelecimento da confiança nos meios de comunicação social e nas instituições públicas exige uma abordagem multifacetada. Os órgãos de comunicação social devem dar prioridade à transparência, à exatidão e à responsabilidade nas suas reportagens. Devem também proceder à verificação dos factos e contextualizar questões complexas para ajudar o público a compreender melhor as notícias que consomem. A nível europeu, iniciativas como a Lei Europeia da Liberdade dos Meios de Comunicação Social visam proteger a independência e o pluralismo dos meios de comunicação social, que são cruciais para manter a confiança do público. Ao assegurar que os meios de comunicação social operam sem pressões políticas e comerciais indevidas, a UE procura criar um ambiente em que o jornalismo credível possa prosperar. Além disso, as instituições públicas devem melhorar as suas estratégias de comunicação para fornecer ao público informações claras, factuais e atempadas. Isto inclui a transparência das suas fontes de informação e dos seus processos de decisão. Ao fazê-lo, podem ajudar a contrariar a propagação da desinformação e a restaurar a confiança do público na sua autoridade.

As disparidades educativas na Europa representam um desafio significativo para a promoção da literacia mediática e das competências de pensamento crítico. Nos países com sistemas educativos bem desenvolvidos, é mais provável que os alunos recebam formação em literacia mediática, o que os prepara para navegar mais eficazmente na paisagem digital. No entanto, nos países onde os sistemas educativos são menos robustos, ou onde não se dá prioridade à literacia mediática, os indivíduos podem ser mais vulneráveis à desinformação. A União Europeia reconheceu estas disparidades e apelou a maiores esforços para integrar a literacia mediática nos currículos educativos dos Estados-Membros. Iniciativas como o Plano de Ação para a Educação Digital da UE salientam a necessidade de todos os cidadãos adquirirem competências digitais, incluindo a capacidade de



Co-funded by
the European Union



avaliar criticamente os conteúdos em linha. Abordar estas questões

A redução das disparidades exige um esforço coordenado entre governos, instituições de ensino e organizações da sociedade civil. É essencial garantir que a educação para a literacia mediática seja acessível a todos, independentemente do contexto socioeconómico ou da localização geográfica. Isto inclui a disponibilização de recursos e formação para professores, o desenvolvimento de currículos adequados à idade e o apoio a oportunidades de aprendizagem ao longo da vida. As disparidades educativas também se estendem às populações adultas, muitas das quais podem não ter tido a oportunidade de desenvolver competências de literacia digital durante a sua educação formal. Para estes indivíduos, os programas de aprendizagem baseados na comunidade e as campanhas de sensibilização do público podem desempenhar um papel crucial para colmatar a lacuna e equipá-los com as competências necessárias para identificar e resistir à desinformação.

Vários países europeus implementaram **estratégias bem-sucedidas para combater as notícias falsas**, fornecendo lições valiosas para outros. A Finlândia, por exemplo, tem sido pioneira na educação para a literacia mediática, incorporando-a no currículo desde a escola primária. Esta abordagem conduziu a uma população mais resistente à desinformação e serve de modelo para outros países. A lei alemã de aplicação da rede (NetzDG), introduzida em 2017, exige que as plataformas de redes sociais removam conteúdos ilegais, incluindo notícias falsas, no prazo de 24 horas. Esta lei tem sido fundamental para responsabilizar as plataformas e garantir que os conteúdos nocivos sejam rapidamente abordados. A abordagem da Alemanha destaca a importância de quadros regulamentares sólidos na luta contra a desinformação. Em França, o governo tomou medidas para combater a desinformação através da criação de um grupo de trabalho nacional dedicado à monitorização e ao combate às notícias falsas. A lei francesa contra a manipulação da informação, aprovada em 2018, permite que as autoridades tomem medidas legais contra aqueles que espalham informações falsas que possam afetar o resultado de uma eleição. Esta abordagem proactiva abriu um precedente para outros países europeus. A Itália também tem estado ativa no combate às notícias falsas, em particular contexto da saúde pública. O governo italiano estabeleceu parcerias com organizações de verificação de factos e plataformas de redes sociais para combater a desinformação relacionada com a COVID-19. Estes esforços incluíram campanhas de sensibilização do público e a promoção de informações exactas através dos canais oficiais.

Os esforços de colaboração entre governos, organizações de comunicação social e sociedade civil são essenciais para combater eficazmente a desinformação. Na União Europeia, o Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais (EDMO) desempenha um papel fundamental ao reunir verificadores de factos, especialistas em literacia mediática e investigadores para combater a desinformação. O EDMO apoia a monitorização e a análise da desinformação em toda a Europa e promove as melhores práticas em matéria de literacia mediática e verificação de factos. O Plano de Ação da UE contra a Desinformação, lançado em 2018, também promoveu a colaboração entre os Estados-Membros e o sector privado. Este plano sublinha a importância de uma resposta coordenada à desinformação, incluindo a partilha de boas práticas, o reforço da cooperação transfronteiriça e a promoção do desenvolvimento de novas ferramentas para detetar e combater as notícias falsas. Além disso, a UE criou sistemas de alerta rápido para facilitar o intercâmbio de informações entre os Estados-Membros sobre ameaças de desinformação. Estes sistemas permitem aos países responder mais rapidamente às campanhas de desinformação emergentes e coordenar os seus esforços para combater. Os esforços de colaboração são também evidentes no trabalho de organizações internacionais como a UNESCO, que desenvolveu diretrizes para a literacia mediática

e a promoção do jornalismo baseado em factos. Através de parcerias com governos e ONG, a UNESCO pretende reforçar os esforços globais de combate à desinformação e apoiar o desenvolvimento de programas de literacia mediática.

As inovações tecnológicas desempenham um papel fundamental no combate às notícias falsas. Ferramentas como algoritmos de verificação de factos baseados em IA, extensões de browser que sinalizam conteúdos suspeitos e plataformas que agregam informações verificadas estão a tornar-se cada vez mais importantes na luta contra a desinformação. Estas tecnologias podem ajudar as pessoas a identificar notícias falsas e a tomar decisões mais informadas sobre a informação que consomem. Na Europa, várias iniciativas têm tirado partido da tecnologia para combater a desinformação. O programa Horizonte 2020 da União Europeia financiou a investigação de novas tecnologias de deteção e combate às notícias falsas. Estas inovações têm o potencial de aumentar significativamente a eficácia dos esforços para combater a desinformação, nomeadamente quando combinadas com medidas educativas e regulamentares. Por exemplo, a tecnologia de IA está a ser utilizada para analisar grandes quantidades de conteúdos em linha e identificar padrões que indicam desinformação. As organizações de verificação de factos em toda a Europa também desenvolveram ferramentas que permitem aos utilizadores verificar rapidamente a exatidão das informações que encontram em linha. Estas ferramentas estão muitas vezes integradas em plataformas de redes sociais ou disponíveis como extensões do browser, tornando-as facilmente acessíveis ao público. Assim, podemos dizer que as inovações tecnológicas não se limitam à deteção de notícias falsas; incluem também esforços para melhorar a transparência e a responsabilização das plataformas em linha. Por exemplo, a tecnologia blockchain está a ser explorada como uma forma de verificar a autenticidade das fontes de notícias e rastrear as origens das informações. Ao aumentar a transparência, estas tecnologias podem ajudar a reduzir a propagação da desinformação e a restaurar a confiança nos meios de comunicação social em linha.

Um dos principais desafios identificados é integração inconsistente da literacia mediática nas diferentes disciplinas e níveis de ensino. Os educadores enfrentam frequentemente dificuldades em incorporar a literacia mediática no currículo devido à falta de orientações e recursos estruturados. Esta incoerência conduz a lacunas significativas nos conhecimentos e nas competências dos alunos para avaliarem criticamente a informação digital.

A formação e o apoio aos professores constituem outro grande desafio. Muitos educadores não têm formação suficiente em literacia mediática e pensamento crítico, o que resulta em níveis variados de preparação entre os professores. A necessidade de programas de desenvolvimento profissional contínuo é fundamental, uma vez que a formação atual não acompanha frequentemente os avanços tecnológicos e a evolução dos de comunicação social. As limitações de recursos complicam ainda mais o ensino eficaz da literacia mediática. As escolas debatem-se frequentemente com um acesso limitado a tecnologias modernas e a materiais educativos actualizados. Esta limitação impede a implementação de programas abrangentes de literacia mediática, tornando difícil para os educadores envolver os alunos no pensamento crítico sobre a informação em linha. Os educadores também enfrentam o desafio de envolver os alunos que dependem fortemente da Internet para obter informações. Muitas vezes, os alunos aceitam o conteúdo em linha pelo seu valor nominal, sem análise crítica, influenciados pela conveniência e disponibilidade imediata das fontes digitais. Esta dependência da informação digital sem escrutínio exacerba a propagação de

desinformação. O rápido avanço da tecnologia é outro desafio significativo. Os sistemas educativos têm dificuldade em acompanhar estas mudanças, o que torna difícil manter uma educação actualizada em matéria de literacia mediática. Esta questão é agravada pela influência dos algoritmos das redes sociais e das câmaras de eco, que limitam a exposição a perspectivas diversas e impedem a avaliação crítica da informação.

Para enfrentar estes desafios, é necessária uma abordagem multifacetada que envolva estratégias abrangentes e apoio sistémico. Uma das principais direcções futuras é o desenvolvimento e a implementação de currículos normalizados de literacia mediática que abranjam todos os níveis de ensino. Estes currículos devem centrar-se no pensamento crítico, na avaliação das fontes e no reconhecimento de preconceitos, assegurando que os alunos estão equipados com as competências necessárias para navegar de forma responsável na paisagem digital. O desenvolvimento profissional contínuo dos professores é crucial. Os programas de formação devem ser concebidos para abranger tanto os aspectos técnicos das ferramentas digitais como as estratégias pedagógicas para debater temas controversos e desinformação. Esses programas devem ter por objetivo melhorar os conhecimentos dos professores em matéria de literacia mediática e mantê-los actualizados com as ferramentas e metodologias mais recentes. A afetação de recursos é outra área crítica para futuras melhorias. É essencial garantir um acesso equitativo a ferramentas digitais e a materiais educativos actualizados em todas as escolas. O aumento do financiamento e do apoio a iniciativas de literacia mediática pode ajudar a colmatar a falta de recursos, permitindo que as escolas implementem programas mais eficazes. O envolvimento dos pais e da comunidade também é importante. Envolver os pais nos esforços de literacia mediática pode complementar as iniciativas escolares e fornecer uma mensagem consistente sobre a importância do pensamento crítico e do consumo responsável dos media. A criação de parcerias entre escolas, pais e organizações comunitárias pode promover um ambiente de apoio aos alunos.

Finalmente, é essencial promover uma cultura de investigação crítica e de literacia mediática através de esforços de colaboração. As partes interessadas, incluindo os educadores, os decisores políticos, os profissionais dos meios de comunicação social e a sociedade civil, devem trabalhar em conjunto para promover a literacia mediática e o pensamento crítico. Essa colaboração pode levar ao desenvolvimento de políticas coesas e à afetação dos recursos necessários para um impacto sustentado.

Recomendações e conclusões

Em **Itália**, o relatório sublinha a necessidade de integrar a literacia mediática nos currículos escolares a todos os níveis. São recomendados programas educativos estruturados para ensinar o pensamento crítico, a verificação das fontes e o impacto da desinformação. O desenvolvimento profissional contínuo dos professores é crucial, centrando-se em equipar os educadores com competências para ensinar eficazmente a literacia mediática através de actividades práticas e exercícios práticos. Devem ser afectados financiamento e recursos adequados para apoiar estas iniciativas, incluindo recursos para os professores

formação, ferramentas digitais e materiais didáticos. A colaboração com peritos externos, jornalistas e profissionais dos meios de comunicação social, é incentivada para proporcionar aos estudantes conhecimentos práticos sobre o processo de produção de notícias e a importância de verificar a informação. Também se destaca a promoção do pensamento crítico através de programas interdisciplinares que combinem elementos científicos e humanísticos. Os decisores políticos são aconselhados a desenvolver políticas e orientações claras para apoiar a implementação consistente da educação para a literacia mediática em todas as escolas, criando um quadro unificado para a sua adoção.

Na **Áustria**, a tónica é colocada na modernização da educação para integrar a literacia digital de forma abrangente. O desenvolvimento profissional contínuo dos professores é considerado essencial, abrangendo tanto os aspectos técnicos das ferramentas digitais como as estratégias pedagógicas para debater temas controversos e desinformação. O relatório salienta a importância de experiências de aprendizagem envolventes e gamificadas para tornar a educação para a literacia mediática mais apelativa para os alunos. A colaboração entre escolas, pais e organizações comunitárias é vital para criar um ecossistema de apoio aos alunos. Incentivar uma abordagem crítica da informação e promover a utilização de recursos de verificação de factos são estratégias fundamentais para combater a propagação de notícias falsas.

O relatório de **Chipre** apela a programas de desenvolvimento profissional abrangentes, concebidos para equipar os professores com as ferramentas pedagógicas necessárias para integrar eficazmente a literacia mediática nas suas práticas de ensino. Isto inclui estratégias de análise de conteúdos, avaliação de fontes e aplicação prática do pensamento crítico em diversas áreas temáticas. Existe consenso quanto à necessidade de integrar a educação para a literacia mediática no currículo de base, sendo as escolas incentivadas a criar clubes de literacia mediática e actividades extracurriculares que promovam experiências de aprendizagem práticas. As reformas sistémicas são essenciais para institucionalizar a educação para a literacia mediática em todos os níveis de ensino em Chipre, defendendo políticas educativas coerentes que exijam a inclusão da literacia mediática como uma competência essencial. Recomendam-se campanhas de sensibilização do público para aumentar a consciencialização sobre a importância da literacia mediática entre os decisores políticos, os educadores, os pais e a comunidade em geral.

Na **Grécia**, é salientada a necessidade de um plano estratégico coerente para promover a literacia mediática e da informação e combater a desinformação através de uma abordagem holística. É sublinhado o facto de a educação para os media começar no ensino primário, com intervenções parametrizadas ajustadas às necessidades da idade e intensificadas à medida que os alunos progredem do ensino primário para o secundário. O relatório apela à resolução de barreiras sistémicas, como os constrangimentos burocráticos e a falta de educadores especializados em meios de comunicação social, para aumentar a eficácia da educação para a literacia mediática.

As recomendações e conclusões do relatório sobre a literacia mediática e o combate à desinformação em **Portugal** sublinham a necessidade de uma abordagem abrangente e integrada. A principal recomendação é a de integrar a literacia mediática em todas as disciplinas educativas, começando cedo na vida das crianças e continuando até ao ensino superior. Esta abordagem integrada

A abordagem de "educação digital" garante que os alunos desenvolvam as competências de pensamento crítico necessárias para navegar eficazmente na paisagem digital. O desenvolvimento profissional contínuo dos professores é também destacado como crucial, com ênfase na formação em áreas como a desinformação, a literacia em inteligência artificial e a literacia algorítmica.

O envolvimento das famílias e da comunidade em geral é considerado essencial para criar um ambiente de aprendizagem favorável. Iniciativas como a Academia Digital para Pais e o projeto Líderes Digitais são recomendadas como práticas promissoras que capacitam os pais com competências digitais e envolvem os alunos na promoção de uma utilização segura e consciente das tecnologias digitais. O relatório sublinha igualmente a importância de medidas preventivas para combater a desinformação, tais como estratégias de pré-bunking e a desmonetização de sítios que propagam informações falsas.

Além disso, o relatório apela a uma melhor coordenação e integração de várias iniciativas para evitar a sobrecarga causada por projectos fragmentados. Os projectos de longo prazo e contextualizados desenvolvidos por grupos escolares e autoridades locais, que promovem a aprendizagem contínua e colectiva, são sugeridos como estratégias eficazes. O envolvimento dos alunos projectos é essencial para garantir uma abordagem colaborativa e inclusiva.

Os avanços tecnológicos e as medidas legislativas também desempenham um papel fundamental no combate à desinformação. A Carta Portuguesa dos Direitos Digitais e o projeto IBERIFIER do Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais fornecem quadros para abordar os aspectos jurídicos e técnicos da desinformação. O relatório sublinha a necessidade de um quadro sólido de apoio político para promover uma sociedade com literacia mediática, capaz de pensar criticamente e de tomar decisões informadas.

Os governos devem dar prioridade à integração da literacia mediática nos sistemas educativos nacionais, assegurando que os estudantes recebem instruções sobre pensamento crítico, verificação de factos e consumo responsável dos meios de comunicação social desde tenra idade. Esta educação deve ser disponibilizada não só aos estudantes, mas também aos adultos através de programas de aprendizagem ao longo da vida. Os países europeus devem trabalhar em conjunto para reforçar os quadros regulamentares que responsabilizam as plataformas digitais pela propagação da desinformação. Isto inclui a aplicação dos regulamentos existentes, como o DSA, e o desenvolvimento de novas políticas que abordem os desafios emergentes panorama digital. As campanhas de sensibilização do público que educam os cidadãos sobre os perigos das notícias falsas e sobre a forma de identificar a desinformação devem ser alargadas e sustentadas. Estas campanhas devem ser adaptadas a diferentes grupos demográficos e veiculadas através de uma variedade de canais, incluindo os meios de comunicação tradicionais, as redes sociais e os programas de sensibilização da comunidade. A colaboração entre governos, organizações de media, instituições educativas e a sociedade civil é essencial para criar uma resposta coordenada à desinformação. Os países europeus devem apoiar e participar em iniciativas como o EDMO e outros esforços de colaboração que reúnam as partes interessadas para partilhar as melhores práticas e desenvolver soluções inovadoras.

Investir em inovações tecnológicas que possam ajudar a detetar e combater as notícias falsas deve ser uma prioridade. Os governos e os parceiros do sector privado devem apoiar a investigação e o desenvolvimento neste domínio, assegurando que as novas ferramentas e tecnologias estejam amplamente disponíveis e acessíveis ao público. O desafio de combater as notícias falsas e a desinformação na Europa é complexo e multifacetado, exigindo uma abordagem abrangente e coordenada. Embora tenham sido feitos progressos significativos em países como a Finlândia, a Alemanha e a França, há ainda muito trabalho a fazer para garantir que todos os cidadãos europeus estejam equipados com as ferramentas e os conhecimentos necessários para navegar no panorama da informação digital. Ao melhorar a literacia mediática, reforçar os quadros regulamentares, promover a sensibilização do público, incentivar a colaboração e tirar partido das inovações tecnológicas, as nações europeias podem criar resiliência contra a propagação de notícias falsas e garantir a integridade dos seus ecossistemas de informação.

Em conclusão, as **recomendações destacam uma abordagem holística que envolve uma formação sólida dos professores, o envolvimento da comunidade, medidas legislativas e avanços tecnológicos**. A integração da literacia mediática em todo o espectro educativo, apoiada por investigação avançada e esforços coordenados, é essencial para promover uma sociedade com literacia mediática capaz de pensar criticamente e de tomar decisões informadas.

De um modo geral, estes relatórios sublinham coletivamente **a importância de integrar a literacia mediática nos currículos escolares, de proporcionar um desenvolvimento profissional contínuo aos professores, de garantir financiamento e recursos adequados, de promover colaborações com peritos externos e organizações comunitárias e de desenvolver políticas e orientações claras para apoiar a educação para a literacia mediática**. Ao seguir estas recomendações, é possível atingir o objetivo de promover uma juventude bem informada e com pensamento crítico, capaz de navegar de forma responsável na paisagem digital.

Referências

Apestaartjaren 2024: Investigação anual sobre a utilização e posse de meios de comunicação social pelos jovens na Flandres. Retirado de <https://www.mediawijs.be/nl/apenstaartjaren2024>

Aroldi, P., Carenzio, A., Cino, D., Paradisi, A., & Pratesi, A. (2022). Literacia mediática versus notícias falsas: Esperienze e best practice in Italia.

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2017). Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG). Retirado de https://www.bmfv.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_EN_node.html

Cappuccio, G., & Compagno, G. (2020). L'illusione del sapere: L'universo delle fake news. Un'indagine esplorativa con gli adolescenti. MeTis - Mondì Educativi. Temi, Indagini, Suggestioni, 10(1).

Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P. C., Paisana, M., Quintanilha, T. L., & Couraceiro, P. (2018). As fake news numa sociedade pós-verdade: Contextualização, potenciais soluções e análise. Relatório Obercom.

Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2023). Relatório de notícias digitais Portugal 2023. OberCom - Observatório da Comunicação.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2021). Relatório discurso de ódio e imigração em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2022). Discriminação das pessoas migrantes nos serviços públicos em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2022). Relatório experiências de discriminação na imigração em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Cruz, M. (2020). Fake news & desinformação: Estudo de caso numa instituição de ensino superior em Portugal (Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Viseu).

D'Errico, F., Papapicco, C., & Lamanna, I. (2022). Vulnerabilidade dos adolescentes a notícias falsas e a boatos raciais: Uma análise qualitativa numa amostra italiana. *Tecnologias Multimodais e Interação*, 6(20).

Dimitriadis, D. (2023). Panorama da desinformação na Grécia. Laboratório de Desinformação da UE. Obtido em <https://www.disinfo.eu/publications/disinformation-landscape-in-greece/#>

Drigas, A., Bravou, V., Demertzi, E., & Papagerasimou, Y. (2019). MELDE: literacia mediática era digitalizada: Apoiar os professores através de uma abordagem global da escola. Projeto MELDE.

EduTV. (n.d.). EduTV. Recuperado de <https://edutv.minedu.gov.gr/>

EDMO. (2020). Observatório Europeu dos Media Digitais. Retirado de <https://edmo.eu/>

ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2019). A desinformação: Contexto Europeu e Nacional (Contributo da ERC para o debate na Assembleia da República). ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Esteves, F. (2019). Em abril de 2019, o Polígrafo obteve a acreditação da International Fact-Checking Network. Web Summit.

Comissão Europeia Comissão Europeia. (2018). Plano de ação de ação
contra a desinformação. Recuperado de
https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-against-disinformation_en

Comissão Europeia Comissão Europeia.(2018). Código de
prática sobre desinformação. Obtido de
https://ec.europa.eu/digital-strategy/policy/code-practice-disinformation_en

Serviço de Estudos do Parlamento Europeu. (2018). Uma abordagem multidimensional da desinformação.
Retirado de [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_STU\(2018\)614537](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_STU(2018)614537)

Parlamento Europeu. (2019). As plataformas em linha e o mercado único digital. Retirado de
https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0220_EN.html

Eurostat. (2023). Competências digitais em 2023: Impacto da educação e da idade. Retirado do Eurostat.

Frau-Meigs, D. (2020). A pandemia mostrou-nos a rapidez com que a desinformação se pode espalhar nas
redes sociais. Universidade Sorbonne Nouvelle.

Frau-Meigs, D. (2020). A força do EDMO reside na sua capacidade de reunir um grupo diversificado de peritos e
partes interessadas. Universidade Sorbonne Nouvelle.

Frau-Meigs, D. (2021). As disparidades educativas na Europa significam que nem todos têm o mesmo acesso à
educação para a literacia mediática. Universidade Sorbonne Nouvelle.

Harvard Business school online (2021), Data Literacy: an introduction for business, Business Inside Blog.
Recuperado de <https://online.hbs.edu/blog/post/data-literacy>

Hobbs, R. (2017). Ensino da literacia mediática: Novas direcções e ligações. *Journal of Media Literacy Education*, 9(1), 1-10.

Instituto de Demoscopia de Allensbach. (2020). Die Vermittlung von Nachrichtenkompetenz in der Schule: Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Lehrkräften im Februar/März 2020.

Centro Comum de Investigação (CCI). (2019). Deteção automatizada da desinformação. Comissão Europeia. Retirado de <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/automated-detection-disinformation>

Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). A ciência das notícias falsas. *Science*, 359(6380), 1094-1096.

Lessenskim, M. (2022). Relatório da Iniciativa de Políticas Europeias (EuPI): Índice de literacia mediática 2022. Instituto da Sociedade Aberta de Sófia. Obtido em https://osis.bg/wp-content/uploads/2022/10/HowItStarted_MediaLiteracyIndex2022_ENG_.pdf

Livingstone, S. (2019). Para combater eficazmente a desinformação, temos de restaurar a confiança do público nos meios de comunicação social. London School of Economics.

Livingstone, S. (2020). A literacia mediática não consiste apenas em ensinar as pessoas a identificar notícias falsas; trata-se de as capacitar para se envolverem de forma crítica com todas as formas de comunicação social. London School of Economics.

Livingstone, S. (2021). O Observatório Europeu dos Meios de Comunicação Digitais representa um importante passo em frente nos nossos esforços para combater a desinformação. London School of Economics.

Marangi, M., Pasta, S., & Rivoltella, P. C. (2023). Quando a pobreza educativa digital e a pobreza educativa não coincidem: Descrição sociodemográfica e cultural, competências digitais, questões educativas.

MediaNest. (z.d.). Onderzoek in Vlaanderen naar het mediagebruik van 0- tot 18-jarigen en mediaopvoeding in gezinnen. Em MediaNest Cijfers 2023 (pp. 02-07). Retirado de https://assets.mediawijs.be/2023-05/Rapport%20MediaNest%20Cijfers_2023_v2.pdf

MedienScouts Hamburgo. Especialistas para digitale digitais. Obtido [de https://li.hamburg.de/fortbildung/themen-aufgabengebiete/medienpaedagogik/medienscouts-657818](https://li.hamburg.de/fortbildung/themen-aufgabengebiete/medienpaedagogik/medienscouts-657818)

Meßmer, A.-K., Sänglerlaub, A., & Schulz, L. (2021). "Quelle: Internet"? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test. Stiftung Neue Verantwortung.

Ministério da Educação e Cultura, Finlândia. (2018). Currículo nacional de base para o ensino básico 2014. Agência Nacional de Educação da Finlândia. Obtido em <https://www.oph.fi/en/statistics-and-publications/publications/national-core-curriculum-basic-education-2014>

Fundo Nacional para a Alfabetização. (2018). "Notícias falsas e literacia crítica: The Impact of Disinformation on Young People." <https://literacytrust.org.uk/policy-and-campaigns/all-party-parliamentary-group-literacy/fakenews/>

Niedersächsische Staatskanzlei. (2021, janeiro). Medienkompetenz in Niedersachsen Ziellinie 2025 [Competência dos meios de comunicação social na Baixa Saxónia - Objetivo 2025]. Retrieved from <https://bildungsportal-niedersachsen.de/digitale-welt/medienbildung/vorgaben/medienkompetenz-in-niedersachsen-ziellinie-2025>

Nielsen, R. K. (2018). O referendo do Brexit foi um ponto de viragem na compreensão do papel da desinformação na influência da opinião pública. Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo.

Nielsen, R. K. (2020). A concepção das plataformas de redes sociais favorece inerentemente a propagação da desinformação. Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo.

Nielsen, R. K. (2021). As inovações tecnológicas, em particular as impulsionadas pela IA, têm o potencial de melhorar significativamente a nossa capacidade de detetar e combater a desinformação. Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo.

Projeto de Literacia das Notícias. (2019). Projeto de Literacia das Notícias. Recuperado de <https://newslit.org/>

Ofcom. (2021). "Crianças e pais: Relatório sobre o uso dos media e as atitudes". Recuperado de: <https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-children/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2021/>

Escola Superior de Pedagogia de Burgenland. (2024). Programa atual. Obtido em <https://www.ph-burgenland.at/fortbildung-und-beratung/programm/aktuelles-programm>

Escola Superior de Pedagogia de Kärnten. (2024). Catálogo de formação. Obtido em <https://service.ph-kaernten.ac.at/fortbildungskatalog/>

Escola Superior de Pedagogia de Niederösterreich. (2023). Curriculum Hochschulelehrgang Digitale Grundbildung [Currículo para o curso universitário Educação Básica Digital]. Retirado de https://www.ph-noe.ac.at/fileadmin/lehrgaenge/720_714_Digitale_Grundbildung.pdf

Escola Superior de Pedagogia de Niederösterreich. (2024). Bildungsprogramm Sommersemester 2024 [PDF]. Obtido em https://www.ph-noe.ac.at/fileadmin/root_phnoe/Fortbildung/Bildungsprogramm_Sommersemester_2024.pdf

Escola Superior de Pedagogia de Oberösterreich. (2024). Fortbildungsprogramm SEK 2024 [PDF]. Obtido em https://ph-ooe.at/fileadmin/Daten_PHOOE/Fortbildung_II_und_Schulentwicklung/Seminaranmeldung/Fortbildungsprogramm-SEK-2024-Doppelseitig.pdf

Escola Superior de Pedagogia de Steiermark. (2024). StudiVZ SCHiLF SCHüLF 24/25 [PDF]. Obtido em https://www.phst.at/fileadmin/Redakteure/Bilder/ZIDAs/SCHiLF_SCHueLF/StudiVZ_SCHiLF_SCH%3%BCLF_24_25.pdf

Escola Superior de Pedagogia de Vorarlberg. (2024). SchiLF-Angebote. Obtido em <https://www.ph-vorarlberg.ac.at/schulentwicklung/digi-fuer-schulen/schilf-angebote#c5907>

Escola Superior de Pedagogia de Viena. (2022). Ziel-Leistungsplan 2022-2024 [PDF]. Obtido em <https://phwien.ac.at/wp-content/uploads/2022/08/phwien-ziel-leistungsplan-2022-2024.pdf>

Escola Superior de Pedagogia de Viena. (2024). Fortbildungsangebot SoSe 2024 [PDF]. Obtido em https://phwien.ac.at/wp-content/uploads/Veranstungsverzeichnis/Fortbildungsangebot_SoSe_2024.pdf

Papaioannou, T., & Themistokleous, A. (2018). Uma visão geral da educação para os media no Chipre: Conceitos e políticas. In S. Iordanidou (Ed.), *Media literacy: In the search of the concept and the function of media literacy* (pp. 35-53). Instituto Avançado dos Media/Metamesonykties Ekdoseis.

Pereira, L., Jorge, A., & Costa, C. (2014). Práticas de educação para os media em Portugal: Uma visão panorâmica. In I. Eleá (Ed.), *Agentes e vozes: Um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha* (pp. 167-172). Nordicom.

Centro de Investigação Pew. (2019). "News Use Across Social Media Platforms."; Recuperado de:
<https://www.pewresearch.org/journalism/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/>

Ramos, M. (2018). Gosto, logo existo: Educação para a literacia mediática.

Santis, A., Sannicandro, K., Bellini, C., & Minerva, T. (2021). A formação de profissionais da educação digital. LLL, 17(38), 324-338.

Save the Children. (2022). IMpossibile 2022: Povertà educativa digitale.

Segura Net. (2020). Segura Net: Direção-Geral de Educação. Recuperado de
<https://www.seguranet.pt/>

Sueco Media Conselho. (2019). Os media e informação literacia. Recuperado de
<https://statensmedierad.se/>

Szymaniak, J. (2020). Notícias falsas: Distorções e manipulações como uma ameaça à democracia. O papel da escola. Studia Gdańskie. Wzję i rzeczywistość: T. XVI, 161-174. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.2519>

Themistokleous, A. (2023). Educação para os media para crianças em Chipre: Educar os alunos para uma leitura crítica dos anúncios publicitários. Media Education - Studi, ricerche e buone pratiche, 14(1).
<https://doi.org/10.36253/me-13368>



Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Desordem da informação: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Conselho da Europa. Recuperado de <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

Wardle, C. (2019). A propagação da desinformação é um desafio fundamental para a democracia. Primeiro projeto.

Wineburg, S., & McGrew, S. (2016). "Avaliação da informação: A pedra angular do raciocínio cívico online". Grupo de Educação Histórica de Stanford.

Fórum Económico Mundial. (2023). Quantas pessoas na UE possuem competências digitais básicas? Fórum Económico Mundial.

Anexo 1 - Lista das pessoas envolvidas na fase de entrevista e respetivo perfil

Decisores políticos				
Nº	Iniciais	Perfil breve	M/F/não-binário	Data de envolvimento
1	VT	Investigador convidado: Instituto Universitário CIES-ISCTE de Lisboa. Professor Auxiliar - Universidade Autónoma de Lisboa. Perito: Conselho da Europa Ponto focal (CIES-ISCTE) no IBERIFIER - Iberian Media Research and Fact-checking.	M	20/06/2024
2	MJH	Adjunto Diretor Geral para Educação - Direção-Geral da Educação	F	31/05/2024
3	MFS	Política Criador. Especialista no em português Autoridade para a Comunicação (ERC). Professor universitário.	M	08/06/2024
4	CRM	Decisor político. Perito do Centro de Informação Jacques Delors em Portugal. Professor universitário	M	02/06/2024
5	MRM	Decisor político. Especialista em normas jurídicas para combater desinformação e notícias falsas.	M	06/06/2024
6	S.O.	Investigador do CNR	F	27/05/2024
7	L.D.M.	Especialista em media, fundador de uma associação para literacia mediática.	M	31/05/2024
8	M.M.	Gestor de projeto, projetista e membro da Rete INA.	F	18/06/2024
9	M.B.	Gestor de projectos e jornalista	M	13/06/2024
10	G.C.	Diretor do ensino secundário	M	5/05/2024
11	LC	Investigador do Instituto de Ciências da Educação, criador do currículo nacional de História, professor universitário, Universidade de Bucareste	F	19/04/2024
12	MF	Professor universitário de filosofia, voluntário Diretor do Clube de Filosofia para crianças, Universidade Babes- Bolyai de Cluj	F	19/04/2024
13	CL	Diretor do o Centro para Independente Jornalismo (ONG), Bucareste	F	26/04/2024

14	BR	Programa coordenador no o Centro para Jornalismo Independente (ONG), Bucareste	F	26/04/2024
15	NV	Criador de programas, gestor, formador no Centro para a Inovação Pública (ONG), Bucareste	F	17/04/2024
16	LT	Académico e fundador do Fact Check Cyprus (universidade privada)	F	29/5/2024
17	CK	Académico (universidade privada)	F	29/5/2024
18	NK	Diretor -Instituto para Mass Media (público autoridade)	M	4/6/2024
19	DT	Docente em Jornalismo e Media (público universidade)	M	30/6/2024
20	AT	Representante dos funcionários/diretores - Chipre Autoridade para a Rádio e Televisão	F	14/6/2024
21	CA	Académico UNIC	M	8/6/2024
22	BP	Especialista em media, radicalização, linguagem visual, polarização e propaganda no Mediawijs. Centro de Conhecimento Flamengo para o Digital e os Media Literacia	M	05/06/2024 Em linha
23	MOV	É um antigo professor, trabalha atualmente no Centro de Conhecimento Digisprong do Governo Flamengo	M	17/06/2024 foco grupo em linha
24	SS	Trabalha para a cidade de Antuérpia no departamento de Social segurança social, centrando-se na prevenção da radicalização perigosa	F	17/06/2024 foco grupo em linha
25	JB	Investigador sénior e professor na Universidade de Ciências Aplicadas de Artevelde. Atualmente, a sua investigação centra-se em notícias utilização e desinformação entre crianças e adolescentes.	M	24/06/2024 foco grupo em linha
26	JS	Após anos como professora de história, tornou-se professora e investigadora na Universidade de Artevelde abreviado secundário professor programa de formação.	F	24/06/2024 foco grupo em linha
27	OC	É especialista na deteção da radicalização (em linha). É diretor da Textgain Academy, uma spin-off da Universidade de Antuérpia especializada em inteligência artificial, nomeadamente o processamento de linguagem natural.	M	19/06/2024 respondeu a perguntas através de registro
28	S. P.	Diretor de Departamento, Ensino Radiotelevisão e Digital Digital Departamento, Ministério da	F	01/05/2024



		Educação		
29	I. G.	Representante da Direção Regional de Ensino primário e secundário da Ática	M	02/05/2024



30	A. A.	Vice-presidente da Câmara Municipal de Educação, Município do Pireu	F	02/05/2024
31	A. M.	Vice-presidente do Conselho Municipal de Educação, Município de Paiania	M	30/05/2024
32	K. G.	Vice-presidente da Câmara de Educação, Ag. Paraskevi Município	M	31/05/2024
33	A. G.	Vice-presidente da Câmara de Educação, Nea Filadélfia Município	M	7/06/2024
34	DK	Trabalhador de Rzeszow Desenvolvimento regional Agência	F	22/05/2024
35	MK	Trabalhador de Rzeszow Desenvolvimento regional Agência	F	22/05/2024
36	PS	Trabalhador de Rzeszow Desenvolvimento regional Agência	F	22/05/2024
37	AK	Trabalhador de Rzeszow Desenvolvimento regional Agência	F	22/05/2024
38	MD	Trabalhador do Serviço de Emprego da Voivodia em Rzeszów	M	22/05/2024
39	IOB	Gestor de projectos internacionais no IP Center	F	14/05/2024 em linha
40	AR	Assistente Universitário, Pós-Doutoramento na Universidade de Viena	F	15/05/2024 em linha
41	EM	Unidade para a educação para os media no Ministério Federal da Educação, Ciência e Investigação	F	16/05/2024 em linha
42	BB	Diretor pedagógico da Saferinternet.at	F	17/05/2024 em linha
43	EM	Diretor dos Assuntos Públicos e de Comunicação da Ensinar para a Áustria	F	24/05/2024 em linha
44	SP	O educador para os media nas escolas como uma missão da rádio comunitária local	M	03.06.24
45	UP	Professor na Universidade para os Media Educação	F	04.06.24
46	TS	Desenvolvedor de CPD	M	29.05.24
Actores que trabalham na escola				
Nº	Iniciais	Perfil breve	M/F/não-binário	Data de envolvimento
1	CB	Professor de actividades extracurriculares Estudante universitário	F	05/06/2024



2	LC	Universidade professor. Projeto gestor e coordenador.	M	01/06/2024
3	AVN	Professor do ensino secundário	M	05/06/2024
4	JMV	Universidade professor. Especialista em económico impactos das notícias falsas e da desinformação.	M	06/06/2024



5	JS	Professor universitário.	M	05/06/2024
6	FG	Professor do ensino secundário e coordenador de departamento de ciências	M	07/06/2024
7	FD	Diretor e formador de professores	M	28/05/2024
8	C	Professor do ensino secundário	F	02/06/2024
9	S	Professor e formador AE de alemão como língua estrangeira língua	F	07/06/2024
10	BB	Professor do ensino secundário	F	29/05/2024
11	SS	Professor de EFP na escola	F	30/05/2024
12	G.G.	Ensina italiano e história no secundário.	F	29/05/2024
13	T.V.	Professor de ciências biológicas e ciências da terra numa escola secundária.	F	29/05/2024
14	A.M.	Ensina psicologia geral aplicada a estudantes do ensino secundário , , e também social ciências e comunicação.	F	29/05/2024
15	M.R.A.	Professora de francês na escola secundária , com experiência alargada.	F	29/05/2024
16	B.L.D.	Funcionário administrativo na escola secundária . Trabalha principalmente na área da contabilidade, no âmbito do sistema escolar.	M	6/06/2024
17	CS	Professor de estudos sociais	F	19/04/2024
18	AG	Professor, diretor de educação numa escola privada escola, antigo jornalista	F	19/04/2024
19	HC	Professor de língua e literatura romena, inspetor da escola , formador , autor do livro didático , colaborador regular de uma revista, Cluj County	M	17/04/2024
20	MH	Professora de língua e literatura romena, diretor de escola, formador, autor de manuais escolares, distrito de Bistrita-Nasaud	F	17/04/2024
21	DM	Professora de língua e literatura romena, formador, Bucareste	F	23/04/2024
22	MK	Estudante de licenciatura - Representante da Clube de Jornalismo da Universidade de Chipre	F	29/5/2024
23	EM	Professor do ensino secundário	F	8/6/2024
24	HN	Investigador-Formador	F	8/6/2024



25	KA	Formador de RH	F	8/6/2024
----	----	----------------	---	----------



26	AM	Treinador	M	8/6/2024
27	EA	Professor do ensino secundário	F	8/6/2024
28	LA	Professor do ensino secundário	M	8/6/2024
29	TA	Professor	M	8/6/2024
30	AS	Treinador	F	8/6/2024
31	AK	Treinador	F	8/6/2024
32	BA	Treinador	M	8/6/2024
33	KS	Animador de juventude-Professor	M	8/6/2024
34	NL	Professor de empreendedorismo	M	8/6/2024
35	SVB	Professor de história, geografia e ciências humanas	F	12/06/2024 foco grupo em linha
36	CEF	Professor de educação religiosa islâmica	M	12/06/2024 foco grupo em linha
37	HK	Cidadania ativa do professor	M	12/06/2024 foco grupo em linha
38	MZ	Secretário de alunos	F	12/06/2024 foco grupo em linha
39	EVH	Cidadania ativa do professor	F	14/06/2024 em linha
40	Z. T.	Professor	F	12/04/2024
41	T. L.	Professor	F	12/04/2024
42	T. E.	Professor	F	12/04/2024
43	P. C.	Professor	F	12/04/2024
44	F. K.	Professor	F	12/04/2024



45	A. M.	Professor	M	12/04/2024
46	K. T.	Professor	M	12/04/2024
47	MJM	Assistente universitário, doutoramento na Universidade de Rzeszow de Tecnologia	F	22/05/2024
48	NP	Assistente universitário, Mestrado na Universidade de Rzeszow de Tecnologia	F	22/05/2024
49	JSR	Assistente universitário, doutoramento na Universidade de Rzeszow de Tecnologia	F	22/05/2024
50	AMW	Assistente universitário, doutoramento na Universidade de Rzeszow de Tecnologia	F	22/05/2024
51	BZ	Assistente universitário, doutoramento na Universidade de Rzeszow de Tecnologia	M	22/05/2024
52	JH	Treinador	F	30/04/2024 em linha foco grupo
53	TZ	Treinador	M	30/04/2024 em linha foco grupo
54	VD	Treinador	F	30/04/2024 em linha grupo de discussão
55	MK	Treinador	F	30/04/2024 em linha grupo de discussão
56	VS	Professor	F	06/05/2024 em linha

Partes interessadas

Nº	Iniciais	Perfil breve	M/F/não-binário	Data de envolvimento
----	----------	--------------	-----------------	----------------------



1	BA	<p>Educador de literacia mediática.</p> <p>Trabalhou como perito internacional no Fórum sobre Literacia dos Media e da Informação para a Secção de Comunicação e Informação da UNESCO.</p> <p>Fundador do Simpósio Internacional de Investigação sobre Literacia dos Media.</p> <p>Presidente do Conselho Internacional para a Literacia dos Media (IC4ML).</p> <p>Autor de Media Literacy for Justice (ALA: Neal Schuman, 2022), Teaching Media Literacy (ALA: Neal-Schuman, 2019) e editor de Media</p>	F	31/05/2024
---	----	---	---	------------



		Literacy, Equity and Justice (Routledge 2023), entre outras publicações. Recebeu o Prémio Nacional de Educação para os Média 2021 Consultor a o Informal Média Grupo de Alfabetização (GILM)		
2	CM	Vice-presidente da Associação de Pais do Escola São João de Brito	F	07/06/2024
3	VC	SUPERIOR TÉCNICO/PSICÓLOGO - Psicóloga no Gabinete Multidisciplinar de Prospecção e Investimento - Vila Franca de Câmara Municipal de Xira	F	6/06/2024
4	SS	Representante da associação de pais	M	
5	LF	Funcionário e formador universitário	F	
6	PS	Perito em meios de comunicação social	M	03/06/2024
7	L.S.	Jornalista	M	28/05/2024
8	L.G.	ONG	F	13/06/2024
9	ES	Professor de Educação, Universidade Al I Cuza de Iasi	F	16/05/2024
10	LM	Professor de Educação, Universidade Lucian Blaga Sibiu	F	16/05/2024
11	NF	Chefe de comunicação/Jornalista	F	29/5/2024
12	MC	Membro da associação de pais e da Federação	M	3/6/2024
13	TV	Jornalista e especialista em meios digitais para o VRT NWS	M	11/06/2024
14	TVL	Investigador UX e especialista em EduTech na VRT Caixa de areia	M	12/06/2024
15	H. V.	Fact-Checker, Falsidades helénicas	F	11/04/2024
16	L. G.	Diretor de Direitos Humanos e Direitos Artificiais e Inteligência, Homo Digitalis	F	11/04/2024
17	E. D.	Chefe de Departamento, Departamento de acções inovadoras e estratégia, Divisão de Cibercrime, Hellenic Polícia	F	18/04/2024
18	D. T.	Gestor de projectos, Centro Tecnológico de Atenas	F	24/04/2024



19	AŁ	Estudante na Universidade de Rzeszow	F	22/05/2024
20	ZH	Estudante na Universidade de Rzeszow	F	22/05/2024
21	GT	Programador de conteúdos multimédia	F	18/04/2024 face- para o rosto
22	RP	Perito em meios de comunicação social	M	18/04/2024 face- para o rosto

Anexo 2 - Modelo de entrevista

1. Partes interessadas

Perguntas introdutórias:

- Pode falar-nos mais sobre si e sobre o seu trabalho relacionado com as notícias falsas, a desinformação e a literacia mediática?
- Qual é a sua opinião sobre o estado da arte no seu contexto relativamente a estes tópicos?

Questões principais:

- Qual o papel das escolas no combate à desinformação?
- Quais são os pontos fortes e fracos da educação escolar sobre a literacia mediática e a desinformação?
- Conhece algumas boas práticas e/ou recursos que possam ser úteis e eficazes para combater a propagação da desinformação ou ajudar a integrar a literacia mediática no ambiente escolar, com os jovens e com os professores?
- Que desafios enfrentam os jovens nesta matéria e/ou que perigos vêem relacionados com ela?
- Pode partilhar exemplos de iniciativas ou projectos bem sucedidos que tenham capacitado educadores e/ou estudantes para combaterem as notícias falsas e a desinformação em contextos educativos?
- Há mais alguma coisa que gostaria de acrescentar?

**Se for pai ou mãe, a pergunta adicional pode ser: acha que tem de ensinar o seu filho a lidar com as notícias falsas e a desinformação?*

1.2. Decisores políticos

Perguntas introdutórias:

- Pode falar-nos mais sobre o seu trabalho e o trabalho que desenvolve relacionado com as notícias falsas, a desinformação e a literacia mediática?
- Qual é a sua opinião sobre o estado da arte no seu contexto relativamente a estes tópicos?

Questões principais:

- Qual é o estado da arte no contexto nacional? A literacia mediática é abordada de transversal, em todo o currículo, ou mantém-se por si, caso exista no currículo nacional?
- Conhece algumas estratégias, planos de ação ou políticas no seu país para combater a desinformação e/ou promover a literacia mediática?
- Existem orientações para os professores/educadores a serem implementadas no currículo relativamente à literacia mediática?
- Existe algum apoio para a aplicação dessas diretrizes?
- Considera que os professores/educadores precisam de formação ou já têm formação e, em caso, como é que a formação é implementada?



- Existe algum acompanhamento e avaliação do ensino e/ou da aprendizagem da literacia mediática? Em caso afirmativo, quais são os resultados?
- Que medidas propõe para dotar os educadores das ferramentas e da formação necessárias para combater eficazmente as notícias falsas e promover a literacia mediática?
- Que papel considera que a tecnologia desempenha no reforço da educação para a literacia mediática e no combate às notícias falsas nas escolas?
- Que obstáculos vê na implementação de iniciativas de literacia mediática nas escolas e como propõe ultrapassá-los?
- Como reforçar as parcerias entre agências governamentais, ONG e instituições educativas para apoiar iniciativas de literacia mediática?
- Que ferramentas e competências específicas conhece, se é que conhece alguma, que possam ser consideradas recursos úteis?

3. Actores que trabalham na escola

Perguntas introdutórias:

- Pode falar-nos mais sobre o seu trabalho e o trabalho que desenvolve relacionado com as notícias falsas, a desinformação e a literacia mediática?
- Qual é a sua opinião sobre o estado da arte no seu contexto relativamente a estes tópicos?

Questões principais:

- O tema da literacia mediática e da desinformação é abordado na sua escola? Em caso afirmativo, de que forma?
- Encontra desafios para abordar a literacia mediática e a desinformação na sua escola?
- Que necessidades identifica no que respeita à prevenção da desinformação e das notícias falsas?
- Pode falar-nos de um acontecimento pessoal relacionado com este tema com o qual tenha lidado?
- Quer partilhar ferramentas e boas práticas que possam apoiar a formação sobre literacia mediática e combate à desinformação?
- Na sua experiência, que tipo de metodologia funciona melhor com os alunos?
- identificar alguns recursos existentes que poderiam ser utilizados de mais alargada por outros professores?
- Existem diretrizes para os professores?
- Existem programas de formação? Em caso afirmativo, pode dar-nos mais informações?
- Considera que as formações existentes são suficientes para as necessidades actuais?
- Que tipo de formação considera mais útil?
- Pode partilhar connosco alguns recursos, caso conheça algum?
- Nos últimos 5 ou 10 anos, houve alguma evolução neste domínio?



Anexo 3 - Questionários dirigidos aos adultos

Secção 1: Perfil sociodemográfico

1.1 Idade

- 19-24 anos
- 25-35 anos
- 36-45 anos
- 46-55 anos
- +55 anos

1.2 Género

- Masculino
- Feminino
- É preferível não dizer

1.4 Nível de ensino

- Ensino básico
- Ensino secundário
- Bacharelato
- Mestrado
- Doutoramento
- Ensino profissional

Outro _____

1.7 - É uma pessoa que é:

- Desempregado
- Jornalista
- Educador/Professor
- Psicólogo
- Estudante universitário
- Investigador
- Outros:

1.7.1 - Se selecionou a opção "professor", selecione a área de ensino:

- STEM
- Humanidades
- Matemática
- Arte
- Outros. Especificar _____

Secção 2: Exposição a fontes de notícias

2.1 Fontes de notícias primárias (escolha múltipla):

- Redes sociais
- Jornais/sítios Web em linha
- Televisão
- Rádio/Podcast
- Jornais/revistas impressos
- Outros (especificar)

2.2 Frequência de envolvimento com conteúdos noticiosos:

- Diário
- Várias vezes por semana
- Semanal
- Menos frequentemente

2.3 - Nível de confiança em diferentes fontes de notícias: Classifique a sua confiança seguintes fontes numa escala de 1 (pouca confiança) a 5 (muita confiança):

- Redes sociais
- Jornais/sítios Web em linha
- Televisão
- Rádio/Podcast
- Jornais/revistas impressos
- Outros (especificar)

2.4- Quais das seguintes redes sociais considera que as notícias falsas e a desinformação têm maior probabilidade de se espalhar?

Por favor, classifique de 1, que significa "menos provável", a 5, que significa "mais provável"

- YouTube 1-2 -3 - 4 -5
- Twitter/X 1-2-3-4-5
- Instagram 1-2-3-4-5
- Tik Tok 1-2-3-4-5
- Facebook 1-2-3-4-5

Secção 3: Perceção e impacto das notícias falsas

3.1 - Sensibilização para as notícias falsas: Alguma vez se deparou com o que considera ser uma notícia falsa?

- Sim
- Não

3.2 Em que medida considera que as notícias falsas têm um impacto nos seguintes aspectos?

Por favor, classifique de 1 a 5, sendo que 1 significa "modo algum" e 5 significa "extremamente"

- Democracia
- Vida pessoal
- Saúde
- Política
- Economia
- Outros

3.3 Avaliação da credibilidade: Que formas adopta para determinar a credibilidade de uma fonte de notícias?

- Verificar fontes.
- Referência cruzada com outros meios de comunicação social.
- Envolver-se num debate aberto com os outros.
- Outro, especificar

3.3. Que critérios considera importantes para avaliar a credibilidade de uma fonte noticiosa?

- Título
- Erros gramaticais
- Autor
- Fonte
- Outros

Secção 4: Comportamento de procura de informação

4.1 - Com que frequência procura informações adicionais para verificar a exatidão de notícias ou artigos?

- Nunca
- Frequentemente
- Muito frequentemente
- Sempre

4.2 Onde é que normalmente procura informações adicionais para verificar a exatidão das notícias ou artigos? (Escolha múltipla)

- Sítios Web oficiais do governo
- Sítios Web de verificação de factos
- Notícias de confiança
- Trabalhos académicos ou de investigação
- Outros (especificar _____)

Secção 5: Literacia e educação para os media

5.1 - Recebeu alguma educação ou formação formal ou não formal em literacia mediática?

- Sim
- Não

5.1.1 - Que meios utilizou para desenvolver as suas competências de literacia mediática ou de pensamento crítico, se os utilizou?

- Formação presencial
- Cursos em linha
- Ler livros, articulares
- Ver vídeos
- Ouvir podcasts
- Nenhuma das anteriores
- Outros meios

5.2 - Qual é o seu formato de aprendizagem preferido? (escolha múltipla)

- Presença
- Curso em linha
- Livro
- Artigo
- Vídeo
- Podcast
- Outros:

5.3 - Que tipo de temas gostaria de incluir num curso destinado a desenvolver a literacia mediática e as competências de pensamento crítico?

- como aceder e localizar os meios de comunicação e as fontes de informação adequadas



- Como identificar notícias falsas e desinformação
- como avaliar a qualidade dos media
- como utilizar os meios de comunicação, as aplicações e outras ferramentas na vida quotidiana
- como proteger-se da influência das notícias falsas
- como desenvolver planos de aula e incluir ferramentas nas salas de aula
- Outros:

Secção 6: Necessidades, melhores práticas e exemplos

6.1 - Há alguma ferramenta, recurso ou iniciativa específica que considere eficaz para combater a propagação de notícias falsas? Se é professor, forneça algumas informações sobre recursos que já conhece:

6.2 - De que formação específica ou materiais educativos precisa ou pensa que seriam úteis para melhorar a AMI e combater a desinformação?

Obrigado pela vossa contribuição!

Anexo 4 - Questionário dirigido aos jovens

Os jovens de hoje estão a crescer num mundo globalizado e a processar informações provenientes de uma variedade maior de fontes do que nunca. Há cada vez mais notícias falsas e informações falsas a serem divulgadas nas redes sociais e na Internet. Gostaríamos de te pedir que preenchesse este questionário para saber o que pensas sobre este assunto. Não deve demorar mais de 5 minutos.

A. CONHECIMENTO E EXPERIÊNCIA EM MATÉRIA DE NOTÍCIAS FALSAS

- 1. O que é que achas que são "notícias falsas"?** (podes escolher mais do que uma opção)
Histórias falsas que parecem ser notícias, divulgadas na Internet ou através de outros meios de comunicação social
Notícias falsas e fabricadas
Notícias que são propositadamente escritas para serem incorrectas
Outras
- 2. Como é que se sabe que uma notícia é falsa?**
Factchecked
Renunciado pelos principais meios de comunicação social
Julgamento próprio
Outros
- 3. Quais das seguintes plataformas de redes sociais utiliza?**
 - Facebook
 - Twitter/X
 - Instagram
 - TikTok
 - Snapchat
 - Twitch
 - Discórdia
 - Whatsapp
 - LinkedIn
 - Pinterest
 - Google+
 - Youtube
 - Nenhum
 - Outros (especificar)
- 4. Quais são os principais canais que utiliza como fonte de notícias?**



- Redes sociais
- Jornais/sítios Web em linha
- Televisão
- Rádio/Podcasts
- Jornais/revistas impressos
- Outros (especificar)
- Não utilizo propositadamente qualquer fonte de notícias

5. Tem conhecimento de ter visto exemplos de notícias falsas ou de informações deliberadamente enganadoras?

- Sim (especificar o tipo)
- Não
- Não tenho a certeza

Pode ver vários exemplos aqui (cada parceiro para encontrar exemplos nacionais actuais):

- *As supermodelos aplicam estes 3 truques simples para parecerem jovens. Clique para saber quais são.*
- *BREAKING: Obama e Hillary prometem agora amnistia a todos os ilegais que votem nos democratas*
- *Uma espécie de aranha nova nos EUA tem uma picada letal que matou cinco pessoas no verão de 2018*

6. Com que frequência se depara com notícias falsas?

- Cada hora
- Todos os dias
- Uma vez por semana
- Quase nunca

7. Tem amigos ou familiares que tenham partilhado notícias falsas de propósito?

- Sim
- Não
- Não tenho a certeza

**8. Alguma vez assinalou "notícias falsas"? ou como Opção: Conhece alguém que tenha assinalado notícias falsas?
Marcação: Processo de identificação ou marcação do conteúdo como potencialmente falso, enganador ou não fiável.**

- Sim
- Não

9. Discutiu o tema das notícias falsas em alguma das seguintes situações: (pode escolher mais do que uma opção)

- Na escola
- Com a família
- Com amigos
- No trabalho



- Outros locais (especificar)
- Não falei sobre notícias falsas

10. Acha que foi devidamente ensinado a lidar com notícias falsas?

- Sim
- Não
- Não tenho a certeza

11. Acha que as notícias falsas têm um impacto no seu comportamento e no comportamento dos seus amigos?

Por favor, classifique de 1, que significa "muito impactante", a 5, que significa "sem impacto"

- Impacto das notícias falsas 1-2-3-4-5

12. Classifica a seguinte fonte de notícias da mais fiável para a menos fiável

Opções:

- Redes sociais
- Jornais/sítios Web em linha
- Televisão
- Rádio
- Jornais/revistas impressos

13. Que mais associa a "Fake News"? (pergunta aberta - não obrigatória)

● **INFORMAÇÕES GERAIS**

14. que grupo etário pertence?

- 12-15
- 16-18
- 18+

15. Qual é o seu género?

- Feminino
- Masculino
- Prefere não se pronunciar

MILES



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



CARDET



CENTRO SVILUPPO
CREATIVO
DANILO DOLCI



DANMAR
COMPUTERS

IT mai



die Berater
bridges to europe



kmop
EDUCATION HUB



aproximar
COOPERATIVA DE SOLIDARIEDADE SOCIAL, CRL



LECTURA ȘI
SCRIEREA PENTRU
DEZVOLTAREA
GÂNDIRII CRITICE

GO!

onderwijs
van de Vlaamse
Gemeenschap



olae